



**CONVENIO DE COOPERACIÓN TÉCNICA, BID. ATN/SF-6649-CO  
 PROYECTO DEL SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACIÓN  
 Y ASESORAMIENTO PARA LA ARTESANÍA.**

**INFORME DE ACTIVIDADES 2002**

En el presente informe, teniendo en cuenta las determinaciones y el programa del convenio interinstitucional suscrito entre Artesanías de Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, para la ejecución del Proyecto "Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía", se enumeran y describen las actividades realizadas durante el año 2002.

En los siguientes puntos se recapitulan las actividades prioritarias previstas para su realización en desarrollo del aspecto técnico y la elaboración de los componentes infraestructurales del proyecto que soportan la ejecución y permiten la determinación precisa del paquete de servicios que se ofertaría:

- 1 Desarrollo del pliego de especificaciones y términos de referencia para contratación de la Consultoría en sistemas para la realización del Diseño Técnico del sistema.
2. Levantamiento de información para la Determinación del diseño Técnico
3. Desarrollo del Software de para las Bases de Datos y prestación de Servicios del sistema.

Además se llevaron a cabo las actividades de gestión correspondientes a la Coordinación tales como elaboración de los informes de ejecución y remisión al BID para los correspondientes conceptos de no objeción.

**A. Diseño y Desarrollo del Sistema Integrado**

Con relación al punto de **Diseño y desarrollo del Sistema Integrado** las actividades realizadas correspondieron al proceso de Negociación, contratación e iniciación de su ejecución.

**1. Negociación**

En enero 21 se efectuó la apertura de la propuesta Económica del proponente seleccionado. El 15 de Febrero se concretó la negociación por la suma total de \$ 134'560.000 (que incluye el IVA) para realizar:

- a) los componentes modulares enumerados en los términos de referencia del proyecto
- b) Módulo de Administración de Formatos.
- c) Módulo de Seguimiento a la Oferta y la Demanda.
- d) Módulo de Pedidos y Pagos.
- e) Módulo de Preguntas Frecuentes.
- f) Módulo de Foros.
- g) Vista virtual de 10 productos.



El acuerdo final de negociación se formalizó en Comité de Gerencia.

## **2. Proceso de contratación e inicio de la ejecución**

En Abril se gestionó la Resolución Administrativa de Gerencia para la adjudicación del contrato de ejecución que se firmó el 19 de Abril del 2002 con la Firma Axesnet y se identificó con la referencia **GER2002-043**.

Cumplidos los requisitos formales y legales el 10 de mayo del 2002 se firmó el acta de iniciación. Como consecuencia se estableció el cronograma de cumplimiento y entrega de componentes del objeto del contrato, por parte de EL CONTRATISTA:

### **B. Levantamiento de información.**

La ejecución del contrato, de acuerdo con el plan de trabajo, se inició con el levantamiento de información siguiendo un plan y una metodología propuestos por la Firma Contratista.

De otra parte, siguiendo los lineamientos de trabajo de las distintas dependencias (desde las cuales se administrará el servicio correspondiente), se realizó la actividad de inducción a los funcionarios de la Entidad sobre la estructura básica de los componentes modulares del sistema y su funcionamiento en el manejo operativo de los servicios.

En este mismo contexto de levantamiento de información sobre el sector artesanal se efectuó una revisión continuada de los archivos de bases de datos elaboradas por las dependencias de la entidad para disponer de información primaria que facilitara la realización de sus correspondientes actividades de promoción y desarrollo del sector.

Tales bases de datos constituyen esencialmente relaciones de participantes en eventos organizados por Artesanías de Colombia (Seminarios, talleres de capacitación, ferias, directorios de organizaciones gremiales artesanales, directorios de entidades relacionadas, además de los registros de las encuestas realizadas para el estudio de la demanda potencial del sistema).

Otro género de información revisada para selección y adecuación, fue la de contenidos relativos a resultados de investigación socioeconómica y cultural del sector, a la enumeración y descripción de lineamientos y políticas de la Entidad, así como de instructivos de formulación de proyectos y prescripción de procedimientos administrativos. El valor de cada uno de estos dos géneros principales de archivos es:

1) Para el caso de las Bases de datos, contar con relaciones y directorios para contactar usuarios potenciales para informales específicamente sobre la disposición del sistema y las características y beneficios del paquete de servicios del sistema de información. Los 45 archivos supera los 8000 registros (que requieren depuración).



Igualmente esas bases de datos funcionan como referentes para la determinación de los campos de las tablas de relaciones de las bases de datos definitivas del sistema. De tal modo, los registros de estos directorios tienen un valor exclusivamente referencial para el sistema ya que los datos de los registros para el sistema se deberán obtener y almacenar de acuerdo, primero, con los formatos determinados en el Diseño técnico, y segundo, los registros de oferentes y demandantes de productos artesanales y servicios para el sector corresponderán con los que expresamente soliciten y paguen su inscripción.

2) En el caso de los archivos con material de contenido (Informes de ejecución de proyectos y programas, Proyectos, investigaciones socioeconómicas, culturales, demográficas, de mercado y diagnósticos), se inició su identificación y selección tomando como referencia el mapa de navegación aprobado en Comité de Gerencia (el cual forma parte de los componentes del Diseño Técnico del sistema de Información).

Cada uno de los temas comprende la referencia y enlace con uno o más documentos digitales de que se puede disponer. Esta selección primaria permitirá ubicar los materiales e identificar los temas de los cuales se deberá proceder a su producción total.

### **C. Aprobación del Diseño Técnico e infraestructura del sistema**

Los avances de resultados de la elaboración del diseño técnico se presentaron y discutieron en tres reuniones del Comités de Gerencia en el cual se dio aprobación a la propuesta de trabajo elaborada y presentada por el contratista una vez constada la realización de los ajustes sugeridos.

Igualmente se estudió el documento de requerimientos técnicos de los elementos de infraestructura del sistema para su montaje y funcionamiento a través del medio Internet.

### **D. Talleres y grupos focales del sector artesanal**

La gestión llevada a cabo en torno al componente “Asesoramiento especializado” consistió en primer lugar en la firma del convenio Interinstitucional con la UNION TEMPORAL BDO-CCRP, dentro del proyecto Estrategia de Acercamiento de la Comunidad a los Centros de Acceso Comunitario a Internet, y en la contribución a la organización de los servicios de estos centros para que en su funcionamiento se incorporen actividades y medios que faciliten y potencien los servicios dispuestos por el proyecto del sistema de información para el mejoramiento del producto en sus diversas modalidades (desarrollo, rescate, diversificación).

En el marco de este convenio se inició la inducción sobre el uso de Internet, dada a grupos de artesanos que con dicha instrumentación podrán acceder a los servicios del Proyecto. Los artesanos que se beneficiarán con esta capacitación son aquellos cuya ubicación se encuentre dentro del radio de las 670 localidades con menos de ocho mil habitantes donde el Programa de **Compartel** (Ministerio de Comunicaciones) ha instalado y donde se instalen los demás Centros de Accesos Comunitarios a la red de Internet y en los cuales existen actividades artesanales.



### **E. Actividades de divulgación del desarrollo del proyecto**

Revisión y diagramación de plegables para divulgación del proyecto en la Feria Andina y distribución durante la misma.

Se ha insistido en que, por la relación directa de las estrategias de mercadeo con el diseño, sea precisamente éste el tema que se destaque en el portafolio de servicios y constituya al sistema en el primero con la capacidad de ofrecer en línea a los usuarios orientación práctica en el trabajo de desarrollo, innovación o diversificación de productos, además de la información de oferta y demanda de bienes artesanales y servicios del y para el sector.

### **F. Gestión administrativa**

Un aspecto importante del segundo semestre estuvo relacionado con la gestión de ajuste del tiempo de ejecución del convenio, lo cual se había tratado en su correspondiente momento con cada uno de los Especialistas de Pequeños Proyectos y Microempresa del Banco Interamericano de desarrollo, BID. Para tal efecto se llevó a cabo una reunión de evaluación y prospección de su ejecución con base en cuyos resultados se acordó el nuevo calendario de compromisos del convenio y el plan de actividades para el segundo semestre del 2002 y primero del 2003.

Por efecto de la prórroga de cumplimiento del convenio acordada con el BID en seis meses, se fijó su nueva fecha de terminación hasta el 26 de Mayo 2003, la realización de la Segunda Evaluación intermedia para Marzo del 2003, y la fecha del último desembolso quedó para el 26 de noviembre del 2003.

En la reunión mencionada, después de recomendar la concentración del trabajo en la parte técnica de la construcción de la estructura operacional que se encontraba en curso, se acordó que las actividades para el primer semestre del 2003 correspondieran a los siguientes aspectos operativos:

- 1) Implantación del proyecto y capacitación en los componentes del portafolio de servicios específicamente relacionado con el aspecto del mercadeo y del diseño.
- 2) Talleres y capacitación especializados para administradores del sistema de información y ejecutores de los programas de asesoramiento.
- 3) Elaboración y ejecución de un programa de discusiones abiertas sobre aspectos técnicos, de comercialización de artesanías y evaluación de la calidad de los servicios del sistema, a través de sus páginas Web.

### **G. Ejecución económica**

En el siguiente cuadro se registran los rubros del presupuesto determinado en el convenio y los valores del gasto relacionado con cada uno, así como las sumas que también por cada uno quedan disponibles:



Categorías de Inversión		Presupuesto		Acumulado Actual		Disponible	
Nº	Nombre	BID	Local	Desembolsos BID	Aporte Local	BID	Aporte Local
1	ANALISIS DE DEMANDA	10,000	10,000	9,166.91	11,236.05	833.09	-1,236.05
2	DISEÑO Y DESARROLLO DEL SISTEMA	80,000	55,000	44,000.00	16,283.16	36,000.00	38,716.84
3	ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO	100,000	70,000		820.45	100,000.00	69,179.55
4	COORDINACION Y ADMINISTRACIÓN	40,000	340,000		112,591.95	40,000.00	227,408.05
8.2	EVALUACIONES INTERMEDIAS	12,000				12,000.00	
9.8	IMPREVISTOS	8,000	5,000			8,000.00	5,000.00
Porcentaje del aporte		(34.255)	(65.75%)				
SUB-TOTALES		250,000	480,000	53,166.91	140,931.61	196,833.09	339,068.39
% de aporte, ejec. y disponibil.		34.25	65.75	21.27	29.36	78.73	70.64
TOTALES BID+LOCAL		730,000		194,098.52		535,901.48	
Porcent. ejecutado y disponib.		100%		26.59		73.41	

A la fecha el BID ha desembolsado las sumas relativas a los fondos rotatorios prescritos en el convenio para atender las ejecuciones correspondientes a los rubros igualmente determinado en el convenio. El total desembolsado por el BID asciende, como muestra el cuadro en la columna de acumulado, a la suma de US \$ 53,166.91. De esta cifra están para su respectiva legalización los pagos efectuados con recursos BID por la suma equivalente a US \$ 34.056.75.

Los recursos existentes en saldos bancarios a 30 de Diciembre/2002 (por valor de \$ 54'545.948, sin incluir liquidación intereses sobre saldos, que en dólares equivale a US \$ 19.110,16), respaldan los compromisos adquiridos con proveedores de servicios correspondientes a la ejecución del proyecto, que se cubrirán una vez se hagan las entregas de resultados de los contratos firmados y que aún están en proceso de ejecución.

Los aportes de Artesanías de Colombia ejecutados con cargo al convenio ascienden, de acuerdo con el cuadro anterior y los registros contables, a la equivalencia de US \$ 140,931,61. Cifra que suma a los desembolsos del BID dan un movimiento de recursos por valor total equivalente a US\$ 194.098.52

En resumen, las actividades a destacar como realizaciones del año 2002 fueron, la contratación de la firma Axesnet para la ejecución del proyecto de acuerdo con los términos de referencia de la convocatoria y los acuerdos del procesos de Negociación; la aprobación del mapa de navegación del diseño técnico; la labor continuada de revisión y selección de materiales del levantamiento de información; y los nuevos acuerdos con el Banco Interamericano de Desarrollo para el desarrollo del proyecto.

## **FORMULACIÓN DEL DISEÑO CONCEPTUAL DEL SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO PARA LA ARTESANÍA**

El Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía, es un instrumento de conocimiento mediante el que se prestará un servicio de información orientado a grupos de usuarios potenciales (artesanos productores, comercializadores locales, exportadores, y otras 'personas relacionadas'), que se podrán servir de su contenido para tener acceso de manera eficiente, por el medio Internet, al conocimiento especializado y en permanente actualización, del sector artesanal, y que en sus formas de presentación pueda ser utilizado de manera práctica para la ubicación de nuevos mercados representados en la consecución de nuevos clientes y la información de sus preferencias así como de las estrategias que determinan las pautas del consumo, de la demanda, y de las maneras de acceder a sus puntos de negocio.

Este sistema en proceso de creación por iniciativa y ejecución de Artesanías de Colombia, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, para facilitar las relaciones de los agentes del sector artesanal en el eje de interacción Oferta-Demanda de la producción y su información, está concebido y determinado en su contenido y estructura funcional, para instrumentar los siguientes servicios, esenciales para el desarrollo del sector artesanal colombiano, a través del medio Internet y en los centros de atención al artesano como el caso de la División de Diseño de Artesanías de Colombia y de los Laboratorios de Diseño de Armenia, Pasto y otros nodos que se ubicarán en los principales centros de producción y comercialización de la artesanía en el país (todos los cuales corresponderán y funcionarán en una única estructura operativa):

- a) Contactos comerciales para ventas a través de las salas virtuales de negociación y/o las ventas directas en los puntos de ventas de los artesanos y o de los comerciantes de artesanías con sello de calidad e identidad;
- b) Directorios virtuales de artesanos, comercializadores, personas relacionadas, Entidades relacionadas;
- c) Calendarios anuales de eventos comerciales de artesanía regionales, nacionales e internacionales;
- d) Flujos de datos e información estadísticos sobre el sector artesanal y el estado de sus procesos y medios de producción, trámites, normas, legislación comercial en especial;
- e) Asesoría para la producción y la comercialización a artesanos y comercializadores (que pueden ser por consultas puntuales de una sola ocasión o de manera continuada a través del correo electrónico y/o la comunicación directa en la modalidad de chat fácilmente complementable con ilustración gráfica e intercambio de textos explicativos y

descriptivos);

- f) Asistencia técnica continuada con las características de la capacitación o formación a distancia, para el desarrollo de la producción y la comercialización artesanales,
- g) Publicidad de puntos de ventas de artesanos y comercializadores en particular interesados en la divulgación de sus innovaciones o sus negocios, para cuyo acceso se determinarán criterios de selección por calidad;
- h) Divulgación de la imagen del producto artesanal colombiano, con identidad nacional, en la “vitrina virtual de certificación de origen y calidad” que oriente tanto al productor como al consumidor sobre la diferencia y determinación del producto artesanal.

Los anteriores servicios, que se ofertarán a precios razonablemente accesibles a los interesados y que marcan la estructura operativa del SINAR, son el resultado de la consulta efectuada para dimensionar su demanda, mediante la realización del estudio “**Análisis de la Demanda Potencial del Sistema Integrado de Asesoramiento para la Artesanía, SIA**”<sup>1</sup> y en el estudio “**Análisis de la Viabilidad Económica del SIA en Diferentes Escenarios**”<sup>2</sup>, cuyos contenidos describen y miden las demandas sobre el tema en tres ciudades (Bogotá, Armenia y Pasto –sedes de la Unidad de Diseño y de los laboratorios de Diseño respectivamente-).

Estos estudios, enmarcados en el contexto del Convenio Interinstitucional Artesanías de Colombia-Banco Interamericano de Desarrollo BID, y motivados por la condición de fundamentar el proyecto del SINAR dentro de un criterio de servicio y sostenibilidad económica basada en la venta permanente de información y servicios complementarios, y en particular el segundo, metodológicamente basó el análisis de la factibilidad económica del proyecto, en el análisis de los factores contemporáneos del mercado de servicios de información, y que determinan sus géneros de ingresos (contrapartida de los distintos tipos de servicios específicos) y que se obtienen principalmente de la modalidad de afiliación o suscripción y pago mensual (que representan una de sus tablas de datos).

En los dos estudios se enumera la identificación de cinco tipos de usuarios o segmentos del sector (que corresponden a tres géneros de agentes de interacción del sector):

- a) **Artesanos productores** (centran sus intereses en la búsqueda de nuevos clientes, orientación sobre diseño para desarrollo y mejoramiento de productos, trámites de exportación, segmentos y eventos de mercado);
- b) **Comercializadores** locales y nacionales (primer nivel relativamente especializado y de dedicación exclusiva en la actividad del mercadeo);
- c) **Exportadores** (conjuntamente con el segmento anterior se interesan en particular por la información sobre ubicación de artesanos, sus productos, precios y muestras, capacidad de producción, catálogos, nuevos clientes nacionales y en el extranjero, pautas de consumo, información y apoyo para efectuar trámites de exportación y obligaciones legales nacionales, fuentes y tipos de financiación);
- d) **Asociaciones de apoyo al sector** (organizaciones artesanales y Entidades de promoción

---

1. Informe Ejecutivo, Centro de Investigación del Consumidor, CICO Ltda., Bogotá, Febrero, 2001.

2. Informe ejecutivo. Análisis de la Viabilidad Económica del SINAR en Diferentes Escenarios; Centro de Investigación del Consumidor CICO Ltda, Bogotá, Junio del 2001.

- públicas y privadas, ONGs),
- e) **Grupos seleccionados de personas relacionadas** (este segmento y el del punto (d)) expresan su interés por la información relacionado con el aumento de producción, su calidad, la comercialización, los mercados, eventos comerciales, los clientes, materias primas, apoyo a la exportación y formación en mercadeo, mejoramiento de la Empresa Artesana y de la competitividad.

El denominador común de los segmentos enumerados de la demanda del servicio en referencia son la identificación y ubicaciones de nuevos clientes (nacionales y en el extranjero) así la información sobre eventos comerciales y mercados, y el conocimiento sobre trámites de exportación y las condiciones legales para su realización, lo cual significa que el sistema tiene el reconocimiento de su ventaja en eficacia para la facilitar con su información el objetivo de las ventas.

Los estudios mencionados señalan que el SINAR, además de los factores de contenido de la información, relativos a los intereses concretos de los distintos segmentos de usuarios actuales y potenciales, que le darán su valor diferencial en el mercado de la información, deberá tener en cuenta en su diseño los aspectos enumerados en el siguiente cuadro<sup>3</sup> para su caracterización:

Características mínimas de la información del SINAR	
1	Reciente y, principalmente, ORIGINAL
2	Actualizada constante (inclusive sobre la base 'día a día')
3	Adecuada a las condiciones y expectativas de los artesanos
4	'integral', para todos los 'actores' del Sector (original)
5	'integral', para todas las 'áreas' del Sector', (diseño, calidad), capacitación)
6	Aplicable en escenarios personalizados
7	Exacta, rápida / oportuna, veraz / confiable, suficiente.
8	Con 'valor agregado' (depurada, completa)
9	De amplio cubrimiento y fácil acceso ('para todos')
10	Asequible al nivel económico de los Artesanos

De acuerdo con los datos anteriores el diseño del sistema debe definir su estructura con base en los componentes determinados por la investigación de su demanda, los cuales se proyectan en los siguientes aspectos<sup>4</sup>:

- El impacto del proyecto es positivo para el sector, por considerarse como un factor para el desarrollo de mercados, a partir del cual se generan oportunidades comerciales a nivel nacional e internacional.
- Su desarrollo se traduce como un apoyo y soporte real por parte del Gobierno, a través de Artesanías de Colombia, hacia la comunidad artesanal.
- Su implementación la catalogan los artesanos productores, comercializadores y personas relacionadas, como un recurso valioso para elevar la calidad de los productos.

3. Informe ejecutivo. Análisis de la Viabilidad Económica del SIA en Diferentes Escenarios; CICO Ltda.

4. Informe Ejecutivo, CICO Ltda., Bogotá, Febrero, 2001.



- d) Su ejecución significará beneficios directos de la transferencia de tecnología, mayor oportunidad en la obtención de la información y calidad de la misma, menor esfuerzo en la consecución de la información, fortalecimiento y apoyo al proceso de capacitación e instrucción, contribución al desarrollo de nuevas estrategias de organización, fortalecimiento de la comunicación sectorial, lo que facilita y promueve el encuentro continuo entre los productores, comercializadores y personas relacionadas.

Para la formulación del diseño conceptual del sistema de información sobre el sector artesanal, de acuerdo con los estudios de su demanda y su factibilidad económica mencionados, y de conformidad con la visión de su concepción, su misión, sus objetivos, así como con las políticas dentro de las que se implementan sus estrategias de realización, es preciso tener en cuenta que el marco inmediato de referencia que hace de un objeto un valor social está condicionado por una serie de principios mínimos de funcionamiento que instrumentan, precisamente, su posibilidad de posicionamiento en el intercambio de bienes y servicios.

Entre estos principios conviene destacar los siguientes puntos que guardan una gran relación con el desarrollo del conocimiento y ejercicio de la comercialización en la sociedad contemporánea:

- a) Establecimiento del enlace entre oferente y demandante como una relación social de carácter permanente y sostenida por la eficacia del producto que enlaza sus intereses comunes, lo cual corresponde con la moderna definición de servicio o atención al cliente y la calidad del producto.
- b) La eficacia del producto y el servicio dispuesto para su garantía deben permitirle al usuario del bien la concentración su esfuerzo en el disfrute del beneficio u objetivo para el que el objeto está hecho y para el que se adquirió, evitando al máximo la dispersión de atención y esfuerzos en procesos de “reparación o comprensión del funcionamiento” (es decir, el objeto debe llegar a ser comprendido de manera simplemente intuitiva).
- c) Tener en cuenta que los objetos se mueven y determinan como tales esencialmente en la dimensión de los valores (cognitivos), en especial aquellos cuyo valor diferencial es de orden estético o simplemente formal. Esto ha hecho que cada vez se tenga más en cuenta el aspecto y contexto sociocultural que se expresa en las formalidades del producto para definir su posicionamiento en el mercado. Lo cual explica la ganancia de terreno que ha venido teniendo el trabajo de diseño.

Otro aspecto importante a tener en cuenta el diseño del sistema de información es que, si bien es cierto que es de igual funcionalidad para todos los agentes del sector, quienes mejor y más frecuente uso pueden hacer desde el comienzo es el segmento conformado por los comercializados, seguido de la red de Instituciones relacionadas y, finalmente, los artesanos. Es decir, el interés central está determinado por las expectativas concretas de poder acceder con su uso a las distintas formas de comercialización del mercado contemporáneo de la “sociedad global”.

El contexto de realización del proyecto, desde el punto de vista técnico y acceso de los usuarios del sector artesanal a los medios físicos de la comunicación contemporánea (el mundo de la computación), lo circunscribe en especial el programa de gobierno definido en el proyecto de la

Agenda de Conectividad, Salto a Internet, cuyo objetivo, en el proceso de Modernización del Estado, es crear las condiciones para la integración y la unificación de los esfuerzos interinstitucionales con base en un conjunto de acciones y estrategias que convoca al país a vincularse en la apropiación y uso masivo de las tecnologías de la información en la construcción de la sociedad del conocimiento como un propósito nacional, para lograr con ello la amplia democratización del acceso al conocimiento en el país, el aumento de la competitividad del sector productivo.

Este factor del contexto es un apoyo a la solución del problema representado por el nivel de escolaridad de la población artesana, de la que el estudio de la Demanda potencial de sistema (como el estudio del Censo Artesanal Colombiano) señala que “La Red de ARTESANOS PRODUCTORES del país (en el segmento de ‘jefes de taller’), tiene una ‘bajo’ uso de sistemas de cómputo (PC’s). Del mismo modo, el acceso directo a INTERNET entre este grupo de ARTESANOS es, en las condiciones actuales, igualmente ‘bajo’. Las limitaciones actuales por el nivel de uso de PC’s y acceso a INTERNET representa uno de los principales obstáculos para obtener la ‘penetración’ ‘masiva’ del Servicio en el sector compuesto por los ARTESANOS PRODUCTORES del País (en el segmento de ‘jefes de taller’)”.<sup>5</sup>

Igualmente indica que “Los niveles de ‘escolaridad’ entre los ARTESANOS PRODUCTORES del país (en el segmento de ‘jefes de taller’), tiene topes extremos entre los grupos que lo componen en las cuatro (y demás) Zonas del País. No obstante, existe una base muy importante entre ‘jefes de taller’ (y/o propietarios de los Negocios de ARTESANIAS) con ‘excelente’ nivel de ‘escolaridad’, pero que por su menor tamaño, actualmente, representa un ‘límite técnico para el desarrollo ‘masivo’ a ‘corto plazo’ entre el grupo de interés.”<sup>6</sup>

El proyecto del SINAR encuentra en la Agenda de Conectividad un apoyo importante de acuerdo con los siguientes componentes de la Agenda<sup>7</sup> al nivel de infraestructura: informática<sup>8</sup>, computacional<sup>9</sup> y social<sup>10</sup>. Al ser envuelto el Sistema de Información para la Artesanía por los programas de la Agenda de Conectividad interactuará, de hecho, con diversos sistemas de información especializados y muchos otros servicios de información de entidades públicas y privadas del país, como con la información que a nivel mundial sobre el tema se administra. Pero para esto el sistema deberá facilitar el paso por las páginas WWW sin perder el contacto con el sistema ni convertirlo en un simple paso hacia otras páginas.

Los agentes directos y relacionados con el sector, que al mismo tiempo son sus clientes potenciales lo mismo que sus proveedores de datos, comprende tres géneros claros, relacionados con sus áreas de acción (que la investigación sobre la Demanda Potencial del Sistema, clasifica

---

5. Informe Ejecutivo. CICO, Bogotá, Junio 2001

6. Idem.

7. Agenda de Conectividad. Ministerio de Comunicaciones. Bogotá, D. C., Marzo del año 2000. Proyecto que se implementa para resolver una serie de problemas relacionados con la disparidad del desarrollo.

8. Fortalecer las redes de telecomunicaciones nacionales para facilitar su acceso a la información. Aumentar la capacidad de transmisión en las redes troncales y de acceso. Disminuir la disparidad de cubrimiento de los servicios de telecomunicaciones. Desarrollar el mercado nacional de contenido y servicios en línea.

9. Proveer el uso de computadores personales. Masificar el uso de Internet. Ofrecer acceso a internet y a las tecnologías de información con precios acordes a la situación nacional.

10. Aumentar la calidad, actualizar los contenidos y desarrollar nuevos esquemas pedagógicos que aprovechen las nuevas herramientas y posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información.

en cinco segmentos de mercado):

- 1) Área de producción: Artesanos y diseñadores y proveedores, ubicados geográficamente.
- 2) Área de comercialización (proveedores de quipos industriales)
  - a) Minoristas y mayoristas nacionales
  - b) Exportadores nacionales y extranjeros
- 3) Área de promoción: (Instituciones de Fomento nacionales y extranjeras, del Sector Público y privado –ONGs-).

Cada uno de estos agentes, de acuerdo con el segmento correspondiente en el que participa, requiere de una tipo especializado de información.

## I. MARCO Y EJES DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL SISTEMA

El desarrollo de esta descripción del concepto del diseño del sistema se hará teniendo en cuenta los siguientes elementos:

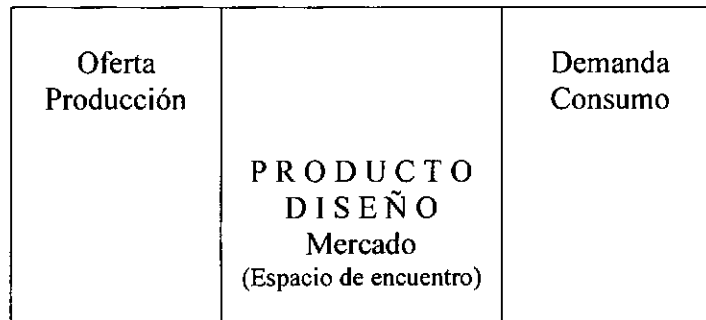
- a) Eje producto-diseño (elemento común y factor de encuentro de oferta y demanda);
- b) Eje fuerza de trabajo-medios de producción (Unidad de Producción operacionalizada en el taller artesanal);
- c) Eje de comercialización (medio relacional de la Unidad e Producción que conecta los talleres con la realidad de su trabajo y el mercadeo)

Además de estos ejes se tendrá en cuenta el marco institucional que influye la condiciones del desarrollo del trabajo del sector que en las investigaciones mencionadas identifica como Entidades Relacionadas.

El marco se concreta en el objetivo general del proyecto del SINAR, el cual, de acuerdo con los documentos a partir del cual se definió el convenio Artesanías de Colombia-Banco Interamericano de Desarrollo, y la investigación de la demanda potencial de la información del sistema, coinciden en señala literalmente que este servicio apunta a “mejorar la competitividad e inserción del sector en los mercados nacionales e internacionales.

Uno de sus objetivos específicos señala puntualmente que su fin es “facilitar el **encuentro entre demandantes y oferentes** (a lo que agregamos, antes de mencionar la parte relativa a la sostenibilidad financiera), en el ámbito del mercado y frente al objeto de interés común: el producto; se compra-venden productos, en este caso, artesanales.

Gráficamente el objetivo se representa en el siguiente esquema:



Para iniciar la descripción del sistema y la argumentación de la formulación del concepto de su diseño, se atienden dos aspectos interactivos de la unidad de producción (de donde se desprenden los ejes de desarrollo propuestos, condicionados por la relación oferta y demanda –categorías económicas para el análisis de la producción en el mercado):

- a) Consideración del artesano desde la perspectiva de su actividad comercializadora que está integrada, obviamente, a la actividad general de su taller en la relación estructural: producción-comercialización.
- b) Determinación del producto, objeto de comercialización, desde las formalidades del diseño: estrategia de posicionamiento del producto como valor funcional y diferencial.

Las dos perspectivas son aspectos del mismo asunto: El mercado y las estrategias de mercadeo que se aplican para su más eficaz realización.

#### **A. Primer Eje del sistema de información: producto-diseño.**

El punto de interés común entre la oferta y la demanda, que para el caso del proyecto del SINAR el objetivo es crear condiciones mediante la información para facilitar su encuentro, es el PRODUCTO.

- a) El producto asume su carácter desde el diseño<sup>11</sup>, es decir, desde la expresión de su arquitectura, la cual está compuesta por la relación de elementos materiales (que significan características) y la función para la que está concebido y realizado el objeto artesanal la cual se define generalmente desde los valores socioculturales.
- b) Las características formales y funcionales de la materia prima (dureza, plasticidad, color, textura. etc.), la composición formal del producto (su imagen) y su función concretada en el uso del objeto se convierte en los valores de significación o agregación de valor del

---

11. El tema del diseño aplicado a la producción procede desde el Mercadeo ya que la investigación de mercado recoge las condiciones valorativas que rigen las posibilidades de posicionamiento de un producto, entre las cuales se cuenta el precio, el status sociocultural, las satisfacciones de orden psicológico, exigencias de eficacia práctica entre otros y que el consumidor final define como conformidades frente a cada término de la relación uso-forma-significación, para aplicarlos como referentes de composición del producto que, como propuestas de desarrollo o diversificación de productos, a su vez contribuyen a que dichas conformidades adquieran un determinado carácter que las hacen identificables. Así, los valores y prioridades del consumo se identifican, para su descripción y determinación estadística, mediante el registro de los usos y consumos de los individuos en la vida social y, especialmente, en los eventos sociales de orden conmemorativo y/o de esparcimiento

producto, los cuales se constituyen en la expresión objetiva de los datos de las tendencias y, especialmente, de las propuestas de vanguardia de las organizaciones que orientan las tendencias del consumo, que el comprador organiza en su conocimiento como preferencias y/o requerimientos (sus valores).

- c) El diseño, además de su función de dar imagen al cuerpo del producto, objetiva o materializa las preferencias y/o satisfacción de los valores de consumo mediante los aspectos formales del cuerpo del producto e identifica su función y dichos aspectos de la imagen del producto, con los motivos de compra.
- d) El trabajo de composición estructural y formal que da cuerpo a los objetos pasa así a ser una herramienta eficaz tanto de investigación del mercado como instrumento de formalización de los valores de consumo: cumple la doble función de identificar lo que hay y dar imagen y existencia física a los valores que solo existen en estado potencial.. Este eje de diseño-mercado comprende la motivación de la compra para enlazar con el mercado.
- e) El diseño no se reduce a la arquitectura del producto sino que se extiende al ámbito de producción como red de valores socioculturales en el que las formas de los objetos se llevan más allá de la fisonomía figurativa para tomarlas como elementos de representación, relacionados con ideales de identidad, que constituye una alta fuente de agregación de valor diferencial, lo cual hace válido el registro de las formas particulares de los objetos, que no se refiere únicamente a la unicidad de la persona sino también a formas especiales y no usuales de trabajo, a “costumbres distintas” o simplemente comportamiento no iguales entre los grupos humanos.
- f) Los valores de la relación uso-forma-significación, desde la perspectiva del mercado, son la materialización de las preferencias y/o necesidades del consumidor, quien se relaciona con los objetos mediante la satisfacción que concreta con su uso (aplicación práctica de los objetos en un campo delimitado de actividad, incluidas las determinaciones abstractas de la decoración y demás funciones estéticas).
- g) La diferencia del producto artesanal con relación a otros géneros de producción y sus bienes, se hace incorporando el término valor cultural (definido como valor de identidad con toda su instrumentación de memoria individual y colectiva) en la relación uso-forma-significación.
- h) La diferencia distintiva del producto artesanal lo determina el trabajo del diseño (que entre otras cosas constituye un registro histórico de su origen, definición fisonómica y desarrollo está enmarcado en él), ya sea empírico y de orden intuitivo o formal determinado normativamente, y el cual comprende dos aspectos importantes<sup>12</sup>:
  - 1) Uno de ellos determinado por el conjunto de elementos físicos, guías técnicas de construcción y el conjunto de conocimientos normativos y estéticos de determinación de la imagen del producto y visión proyectual o estética del diseñador. (Campo de la composición y producción).
  - 2) Valores relativos a las preferencias y/o prioridades del consumidor en términos de capacidad adquisitiva, valores estéticos, criterios de consumo (Campo del

---

12. La tabla de contenido (alimentada por la ficha técnica de producto) y la base de datos de productos, deben comprender campos alfanuméricos con amplia capacidad de descripción, provistos de definición de descriptores mediante la selección de términos claves para la indización que se requiera en el ordenamiento y recuperación de datos.

- f) Valores culturales: significaciones especiales, reseñas históricas, carácter geocultural y/o etnohistórico.

## **B. Segundo Eje: fuerza de trabajo-medios de producción**

La unidad de Producción provee los conjuntos de datos de la información de los aspectos de obtención del producto, cuya descripción comprende dos grandes grupos de conjuntos: los recursos humanos y los recursos físicos y relacionales imprescindibles que intervienen en los procesos productivos.

El segundo eje propuesto para la descripción del diseño conceptual del sistema, está constituido por la relación fuerza de trabajo-medios de producción que en su interacción comprende la **estructura operativa de la Unidad de producción**.

Para que el diseño del sistema de información surta el efecto de herramienta de desarrollo del sector, es importante el grado de consideración del aspecto anterior. El estudio del potencial de la Demanda del servicio del SINAR, señala que los resultados de la investigación (presentados en un cuadro de clasificación de los distintos tipos de información que piden los interesados, reiterativos alrededor del tema de las ventas y sus factores de facilitación o estrategias y condiciones de comercialización), muestran que las expectativas de nuevos clientes y mercados es superior a demandas sobre “información de materias primas”, “tecnologías de producción, aumento de producción, pero que los atributos y condiciones de la oferta son concretamente dependientes de la demanda<sup>14</sup>,

El informe Ejecutivo de la investigación de la demanda potencial del SINAR señala que “alrededor de 48-52 por ciento de los **ARTESANOS PRODUCTORES** de la ‘muestra’ trabajan en condiciones de dependencia respecto a sus compradores actuales (**la red de comercializadores del Sector**), sobre la base de una demanda directa y ‘estable’, sin tener actualmente una importante capacidad de obtener nuevos Clientes, con una producción de artículos tradicionales y sin la orientación constante hacia el desarrollo de nuevos productos, **con poca demanda de información del Sector Artesanal**.<sup>15</sup>

Por lo anterior el sistema de información debe instrumentarse para generar conocimiento teniendo en cuenta dos aspectos correlativos. En primer lugar que la política nacional de desarrollo está orientada al posicionamiento en los mercados de consumo masivo de las sociedades desarrolladas, lo cual también le reclama al SINAR orientación en tal sentido, lo cual constituye la preocupación implícita o explícita de las Entidades de fomento. En segundo lugar, que adecuación, a nivel de un mercado externo, es condicionada por el estado funcional de los talleres así como de la visión empresarial de los artesanos por lo que la información no solo es conveniente para intervenir el producto en términos de diseño sino también de organización de la producción.

---

14. Informe Ejecutivo, CICO Ltda., Bogotá, Febrero, 2001.

15. Idem.

consumo-mercado).

Para el sistema, de manera más práctica, el eje producto-diseño significa que su información se determina en los datos que lo identifican y describen su arquitectura y materialidad, que influyen los distintos tipos de clasificación y codificación que se aplican para su manejo comercial, lo cual exige:

- b) Enumeración y descripción (cuantitativa y/o cualitativa) de elementos constitutivos del producto;
- c) Manejo de los productos como líneas de producción (especialmente cuando incluya variaciones de tamaño manteniendo la unidad de la relación uso-forma-significación).
- d) Descripción de los valores agregados de orden diferencial en términos de diseño físico y figurativo, y de contexto creativo (identidad cultural, a la cual se refiere en parte a la significación específica de los bienes).
- e) Inclusión o aplicación de datos relacionados con nomenclaturas de clasificación o estandarización internacional cuando los haya (caso de la clasificación o codificación arancelaria, o proponer su implementación para facilitar la determinación de beneficios para el sector).
- f) Ilustraciones gráficas relacionadas con prescripciones de elaboración, condiciones de traslado y preservación del estado estético o funcional del producto.
- g) Ilustraciones fotográficas apropiadas para inclusión en catálogos de oferta comercial.
- h) Inclusión y diferenciación clara de descriptores de clasificación con finalidades específicas (clasificaciones acordes con las finalidades de compra y clasificaciones determinadas por procesos productivos y/o de diseño)<sup>13</sup>.

La información sobre el producto se instrumenta con la **ficha técnica de producto**, la cual comprende seis géneros de datos:

- a) Generales: nombre del producto, del artesano, de la localidad de origen;
- b) Diseño o fisonomía arquitectónica definida en la relación primaria y estructural de uso-forma-función que se concretan en imagen mediante la determinación de sus formas, colores, texturas, dimensiones, densidad o peso, etc.); valores agregados funcionales (empaques específicos)
- c) Materias primas y materiales
- d) técnica de elaboración (dentro del marco ordenador de la estructura operativa o normatividad del oficio),
- e) Referencias económicas (precio, costos)

---

13. Las clasificaciones de productos propuestos generalmente responden a propósitos específicos. La clasificación adoptada en el SINAR debe responder a una nomenclatura de aplicación universal (como las posiciones arancelarias) complementadas con dígitos de particularización nacional. Pero el sistema debe registrar por lo menos la relación con las opciones complementarias de codificación de los productos que adoptan otros con fines prácticos y particulares que tengan un mínimo de difusión. El consumidor, generalmente, clasifica los bienes artesanales (de acuerdo con la forma como los compra y los presenta el vendedor), en tres grandes clases:

- a) Regalo, cuya nominación comprende su destinación.
- b) Decorativos, concepto cuya diferencia con el anterior no es muy clara y que distingue también por su destinación lo cual lo aproxima a la función de utilidad.
- c) Útiles, concepto con el que se refiere a la aplicación práctica que le va a dar en los ambiente de vida cotidiana, el cual comprende: 1) el hogar, 2) las relaciones sociales y 3) la vida laboral.

Con relación al aspecto de la oferta y la demanda y desde el punto de vista de la demanda de la producción del sector, es preciso tener en cuenta una de las experiencias de un considerable número de artesanos que se repiten con frecuencia. Se trata del problema de la capacidad de respuesta de los niveles de "organización productiva" tradicional de las unidades de producción a las verdaderas oportunidades de negocio manifiestas en las demandas de volumen del consumo en los mercados de importancia (lo cual indica que no se ha podido medir la verdadera capacidad competitiva del producto artesanal en términos distintos al volumen), cuyos resultados negativos aumentan la dificultades de proyección e integración a las dinámicas económico-comerciales de la sociedad de la globalización. La conformidad de los artesanos por su volumen actual de producción se debe a su destinación a mercados locales, pero el desarrollo del sector depende de su ingreso en condiciones adecuadas al mercado externo.

De acuerdo con la situación anterior el diseño del sistema de información también debe adaptarse al acopio y organización de la información sobre las unidades de producción en niveles de descripción y número de aspectos<sup>16</sup> que sirvan para apoyar la construcción temporal de redes de producción para la realización de "producción a pedidos" de oportunidades en todas y cada una de las ocasiones.

La relación fuerza de trabajo-medios de producción es de vital importancia, en primer lugar porque es la fuente primaria de los bienes objeto de mercado y porque en la capacidad instalada de la unidad de producción está el volumen de la oferta o capacidad de respuesta a la demanda.

### **1. Clasificación de la fuerza de trabajo**

La fuerza de trabajo comprende tanto a los artesanos como a diseñadores y preparadores de materia prima. Los medios de producción se subdividen en físicos y relacionales.

El recurso humano comprende la fuerza de trabajo representada por el artesano que aplica su energía y su conocimiento en los procesos organizados como destrezas que dan lugar a su clasificación:

#### **Maestro Artesano <sup>17</sup>,**

---

16. Las tablas de datos de la información de las unidades de producción deberán registrar con suficiencia y detalle la dinámica productiva de los talleres artesanales con el objeto de mostrarle al área comercializadora que demanda esta información, las potencialidades a tener en cuenta la planificación del mercado (donde juega papel vital el diseño como instrumento de planificación de la producción), y, de otra parte, presentarle al área de promoción institucional, las debilidades que se deben resolver con base en un ejecución oportuna de una programación funcional de fomento.

17. Determinado, en primer lugar, por la calidad del producto. Su caracterización comprenderá, además de los datos personales generales de nombre, identificación, edad, género, tiempo de experiencia, los datos a su profesionalidad representados por las obras sobresalientes que le hayan podido dar lugar a reconocimientos honoríficos, premios obtenidos, alumnos notables.

La lista de maestros artesanos en principio se limita a los artesanos galardonados con la Medalla de la Maestría. Otro nivel de Maestros artesanos puede estar representado por artesanos que se desempeñan como instructores de oficios artesanales en instituciones reconocidas por su trayectoria en la función de formación o de mejoramiento de la habilidad creadora y productiva de los artesanos o de la adecuada vinculación a los oficios de aprendices. Igualmente se pueden clasificar como Maestros Artesanos a diseñadores que producen artesanía. Su certificación de Maestros estará constituida por su título profesional de Diseñador. Su vinculación o registro en organizaciones o entidades que prestan servicios para el sector artesano.



**Oficiales o simplemente Artesano<sup>18</sup>,  
Aprendiz de Artesano o ayudantes o pasantes<sup>19</sup>.**

Igualmente comprende al

**diseñador<sup>20</sup> y a los  
proveedores<sup>21</sup> en su distintos tipos (materias primas, maquinaria, herramienta).**

## **2. Clasificación de los medios de trabajo**

Los medios de producción de la unidad de producción artesanal (que constituyen temas de interés para los artesanos como objetos o procesos de conocimiento)<sup>22</sup> se dividen en:

### **a) Medios físicos o materiales de producción (Capital de trabajo<sup>23</sup>)**

---

18. Se trata de productores artesanales que, de acuerdo con la definición de artesano, realizan la actividad en una de las especialidades determinadas por el marco estructural de producción sistemática de un oficio artesanal, ejercitada mediante el trabajo realizado cotidianamente en su taller o trabajando como operario asalariado en otros talleres. Su registro debe comprender, además de los datos básicos, datos sobre capacitación formal en escuelas o talleres. Su vinculación o registro en organizaciones o entidades que prestan servicios para el sector artesano (Caso del registro de exportador nacional, miembro de asociación, etc.). La principal fuente inmediata la constituyen los registros de participantes en Expoartesanas y en la Plaza de los artesanos. Para maestros y oficiales otras fuentes de información son los registros de la división de diseño y de los laboratorios de diseño. Los registros de las escuelas de artes y oficios. (Estas fuentes se caracterizan suficientemente una vez que se describan los criterios de caracterización de las entidades relacionadas con el sector a través de sus servicios de promoción especializada en temas puntuales con relación a aspectos particulares del sector o los factores funcional-estructurales de las unidades de producción artesanal). (Los artesanos mismos se encargarán de diligenciar los formatos de entrada de información sobre fuerza de trabajo en la medida de su interés por aparecer en los listados de oferta de producción).

19. Esta clase puede estar constituida por personas que trabajan como ayudantes en talleres y vinculados en escuelas para realizar un aprendizaje sistemático y relativamente formal en el oficio artesanal integralmente o en una especialidad técnica de un oficio.

20. Una de las categorías de las Personas Relacionadas a las que se refieren las investigaciones sobre el Sistema de Información, puede ser el diseñador que haya prestado sus servicios en el ejercicio de desarrollo de productos, la diversificación y el rescate en talleres artesanales o hayan realizado asesorías a los artesanos en los aspectos mencionados. Sus datos en la tabla de registro de diseñadores, además de la información general de identificación personal, comprenderán la descripción sobre productos artesanales desarrollados o intervenidos, enumeración de los talleres donde haya prestado su apoyo.

21. Se trata de los preparadores de materias primas y de quienes surten los equipos utilizados en los talleres artesanales. Los preparadores de materias primas son parte integral del sector artesanal y por lo regular también adelantan actividades de producción de bienes artesanales con los materiales que se consideran residuales de los procesos de adecuación de la materia prima

22. Desde el punto de vista de las tablas de registro de las unidades de producción, estos géneros de datos revelan el grado de eficacia de la organización, gestión y operatividad que se experimentan como factores de éxito del desarrollo de la unidad de producción de las dificultades específicas que, clasificadas como necesidades, deben ser resueltas para alcanzar la competitividad básica en los escenarios socioeconómicos de la producción y la comercialización. El registro estadístico de estos factores relacionales miden y caracterizan la problemática del sector y determinan los puntos neurálgicos de su desarrollo, así como las situaciones coyunturales de su eficacia y eficiencia funcional. Estos aspectos son los más directamente relacionados con el portafolio de servicios del sistema de información y los referentes para la producción u organización del conocimiento requerido para resolver los problemas y/o dinamizar los procesos de desarrollo de la producción artesanal.

23. Factor de relación de las unidades de producción con el sector financiero.

b) Medios relacionales de producción (conocimiento, trabajo y gestión)

Los medios físicos comprenden materias primas, maquinaria y equipo (los cuales enlazan con los proveedores a los que se refiere el estudio de viabilidad del proyecto del SINAR), y los espacios físicos de trabajo.

Los medios físicos, además de su función en el proceso productivo, como medios imprescindibles en gran medida, para los artesanos (y en general para la sociedad tecnoproductiva) se convierten en problemas de capital con su consecuente relación con el sector financiero a través de sus instituciones, que constituyen otro género de Entidades Relacionadas con el sector artesanal.

Los medios relacionales tienen que ver con la organización y procedimientos administrativos y planificadores de la actividad productiva así como con la comercialización.

Los medios relacionales, que se clasifican entre:

- a) relaciones entre los factores de la organización y realización de la producción (Dirección o administración, Planeación y control de planta de producción, Costeos y registros contables, Financiación de la producción, Diseño, desarrollo de productos e innovación (Derechos de propiedad); Comercialización (actividades de ventas y negociaciones) y constituyen los elementos de interés de las entidades de promoción del desarrollo), y
- b) relaciones con el entorno externo que comprende tres tipos (mercados de materias primas, laborales, tecnológicos, redes interinstitucionales de fomento y capacitación, comercial propiamente dicho).

Son los factores que determinan la eficacia del trabajo de la unidad de producción y cuya cualificación se realiza mediante la capacitación, la asistencia técnica que constituyen servicios prestados por las Entidades Relacionadas con el desarrollo del sector artesanal, descritas en el estudio antes mencionado, en diferentes grados de incidencia y géneros de intereses, de las cuales deben describirse sus perfiles con relación a sus servicios.

Su enumeración y descripción adecuada es información adecuada para la definición de iniciativas de estímulo al trabajo y la producción así como para garantizar el disfrute de los beneficios del trabajo, la producción y la creatividad tales como derechos de autor por la creación de obras, precios justos, políticas de financiación, de transferencia tecnológica, formulando proyectos de ley, de estrategias de desarrollo y mejoramiento de la producción como iniciativas como la normalización de los procesos productivos y la cualificación de la mano de obra: hechos correlativos con la calidad del producto artesanal, lo cual significa defensa del usuario final del producto.

Tanto los medios físicos, que representan el aspecto del capital, como los medios relacionales son los elementos con que establecen la relación Unidades de Producción con las Empresas relacionadas con el sector y sus opciones de desarrollo para la comercialización. Desde el punto de vista de interés para el sistema de información, tales aspectos relacionales del taller de producción permiten identificar las Entidades Relacionadas con el sector para proceder al registro de sus datos relativos a los servicios que prestan para la promoción del sector a través de programas de capacitación, asistencia y/o asesorías técnicas.

Para el sistema de Información las Entidades Relacionadas se clasifican por el contenido y alcance de su objetivo institucional. En general, de la enumeración de elementos y factores de los ejes de observación del sector se deduce la clasificación de las instituciones que enmarcan el desenvolvimiento del sector y de las Entidades Relacionadas, atendiendo a sus funciones y al género de programas de promoción del sector, las cuales constituyen fuentes de información sobre el sector artesanal.

- a) Entidades estatales que prescriben las políticas y determinan las estrategias nacionales, regionales y locales de desarrollo que condicionan la integración y evolución del sector artesanal.
- b) Organismos nacionales e internacionales con iniciativas de fomento para el sector artesanal (UNESCO, ALADI, Convenio Andrés Bello, etc.).
- c) Entidades con funciones y/o programas que constituyen factores o espacios de desarrollo del sector a través del SINAR (Bibliotecas, Centros especializados de Documentación e Investigación, Entidades especializadas en la información estadística del sector y las normalización de las actividades productivas, comerciales, calidad, propiedad).

### **C. Eje de comercialización**

El eje de la comercialización es el eje sobre cuya información recae la mayor expectativa del SINAR por parte de, en primer lugar de los artesanos productores y los comercializadores y, finalmente de las Entidades Relacionadas. Es igualmente de la que se espera la mayor precisión y amplitud con el objeto de resolver los problemas relacionados con su escasez, incompletez, actualización, deficiencia descriptiva, el idioma y los costos, que representan los problemas de mayor frecuencia, y cuya solución le garantizará al SINAR competir con la oferta actual, de acuerdo con la investigación de CICO.

Son diversos los tópicos de información sobre el mercadeo que para todo segmento se aplican los mismos principios generales, los cuales condicionan el carácter de su información, del que da cuenta la investigación. Que da cuenta de las preferencias de los consumidores a partir de los rasgos formales de los productos y de sus usos específicos. De otra parte el consumo, también responde a otros elementos de referencia dados por el contexto cultural (que constituyen información vital de los registros de productos):

- b) El mercado se realiza (obviamente) siguiendo los ciclos de consumo que, a su vez, se enlaza con los calendarios de fiestas, las cuales constituyen formas y géneros de consumo específico de tenencia colectiva.
- c) Cada ciclo comprende épocas diferenciadas determinadas por factores climáticos y/o etnohistóricos.
- d) Mercadeo de puntos de ventas de diversas de diversos grados de congregación y diversidad de bienes, es decir, especializado o no, cuyo conjunto constituye el comercio tradicional.

El contexto del mercado, además de los aspectos anteriores, comprende dos áreas bien

diferenciables y vitales del sector artesanal, que son:

- a) Proveedores (comerciantes)
  - 1) De materias primas
  - 2) Materiales e insumos
  - 3) Medios tecnológicos (maquinaria y equipo)
  
- c) Comercializadores
  - 1) Individuales
  - 2) Empresariales
  - 3) Institucionales

Los aspectos enumerados y las áreas identificadas se pueden clasificar en las siguientes formas de comercialización:

- a) Tiendas
  - 1) Taller del artesano<sup>24</sup> (Consumidor directo o intermediario)
  - 2) Puestos en plazas de mercado local (artesano, consumidor directo o intermediario)
  - 3) Tienda promocional (institucionales o gremiales)<sup>25</sup>
  - 4) Almacén de diversidades (nacionales o del extranjero)
  - 5) Almacén especializado (nacionales o del extranjero)
  - 6) Centros comerciales (nacionales o del extranjero)
  - 7) Exportadores especializados
  - 8) Comercio en línea (o tienda virtual)
  - 9) Organizaciones gremiales de artesanos.
- b) Ferias<sup>26</sup>
  - 1) Locales (Fiestas patronales con comercio especializado o variado)
  - 2) Regionales (especializadas, variadas)
  - 3) Nacionales (especializadas, variadas)
  - 4) Internacionales (especializadas, variadas)
  - 5) Eventos ocasionales
- c) Corredores turísticos (nacionales e internacionales).
- d) Temporadas de consumo (Carnavales, fiestas conmemorativas, períodos climáticos).
- e) Organizaciones nacionales e internacionales de prescripción y planeación anticipada del consumo (moda, pruebas de mercado).

---

24. Incluido en la tabla del directorio de artesanos.

25. Espacio fijo dispuesto para la presentación táctica de los bienes artesanales, que se acompaña de descripciones especiales de los procesos productos en términos de identificación cultural y/o narración histórica tanto de los productos como de los productores y de los lugares de procedencia. Se trata de una tienda especializada para la comercialización de productos artesanales, organizada de conformidad con enfoques y prácticas especializadas de presentación

26. Evento de comercialización multitudinario y temporal (coincidente con fechas especiales de conmemoración de eventos de la tradición histórica, religiosa, social, etc.), realizado en lugares públicos (cerrados o abiertos) en el que se presentan las últimas ofertas de los productores directos o comerciantes, para venta directa al público asistente y grandes comerciantes y exportadores, y donde se definen contactos comerciales permanentes para continuar abasteciendo fuera del recinto y mediante relaciones de producción-comercialización estables. En otras palabras puede definirse como el lugar y el momento en que se promociona la nueva oferta de bienes.

Cada una de las modalidades anteriores constituye un conjunto de datos e información que cruza con la información de productos y establece las líneas o segmentos de mercado internacional. Estos datos deben incluir referencias sobre la especialidad de la oferta para atender la demanda previamente identificada por la organización del evento cuando tenga en sus estrategias de publicidad la determinación de pautas de consumo para orientación del comprador.

Sobre el tema del mercadeo existe considerable volumen de información, sin embargo, uno de sus problemas es su calidad. Textualmente este estudio describe lo siguiente: “Los atributos que definen ‘los problemas’ con la Oferta actual de Información del Sector son de carácter general, no obstante parecen sugerir que para las necesidades de los **PER**'s (personas y entidades relacionadas) de la ‘muestra’, la Información disponible actualmente sobre el Sector Artesanal de utilidad para ellos es ‘muy difícil de conseguir/escasa’, “incompleta”, “desactualizada” y “deficiente” (la Información que se reportó como la que es ‘mas actualizada’ es la que se obtiene por **INTERNET**). Los resultados parecen indicar que los **PER**'s de la ‘muestra’ no están contando hoy con el apoyo de Información que ha reportado necesitar, y que **INTERNET** está comenzando a ser uno de los medios preferidos entre los **PER**'s (Información ‘de todo el mundo’, es ‘más rápida’ y ‘hay más variedad’).” Para los artesanos que por sus condiciones tiene la oportunidad de acceder a las fuentes de información existente surgen las mismas preocupaciones sobre sus atributos de pertinencia, oportunidad, exactitud y claridad.

En los apartes anteriores, donde se describen los ejes en que se polarizan los factores de la producción y la comercialización de las unidades de producción, se describieron tanto los criterios de selección como las fuentes de información primaria para la determinación de la estructura interna del sistema que, como parte de las fuentes secundarias, se dispondrá en tablas de acopio e indización.

Entre las fuentes de información secundaria del sistema se cuentan los sistemas de información de los centros de documentación de las entidades relacionadas y las de las bibliotecas, de los que se adquirirá su material para efectuar una selección de materiales basada en su valor descriptivo y analítico sobre las condiciones y factores de la artesanía y que por dicha razón ameriten su disposición a la mano.

## **II. SERVICIOS BÁSICOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN**

El portafolio de servicios que oferta la gestión del SINAR es la respuesta a las demandas concretas de los usuarios, dimensionadas y caracterizadas por la investigación de mercado sobre su demanda potencial.

En general, el servicio del sistema de información comprende dos aspectos básicos relacionados cada uno con las áreas de la oferta y la demanda de la producción artesanal:

- 1) Los usuarios del sistema de información (artesanos y proveedores, entidades y personas relacionadas, comercializadores) para quienes la información específica dependerá del ingreso al sistema mediante la aplicación de claves de autorización;
- 2) Compradores finales o consumidor o público general. Para estos se incluirán

secciones de información general orientadas a ilustrar y ponderar la imagen de la artesanía y la gestión de Artesanías de Colombia, y facilitar la selección de productos y la decisión de compra según el punto de venta o el mecanismo de realización. El sistema dispondrá de formatos para recoger sugerencias tanto de la presentación en las páginas como de la información.

De acuerdo con el estudio de la demanda potencial, el segmento de demanda que mayor equilibrio presenta entre las visiones de la oferta y la demanda es el exportador, de ahí que el cuadro en que expresan sus expectativas, se constituye en la guía de valor referencia para la selección de información con que se construya el SINAR.

Este cuadro<sup>27</sup> presenta los siguientes resultados con relación al género de información de mayores expectativa:

GÉNERO DE INFORMACIÓN ESPERADA	
1	Para abrir nuevos Mercados
2	Sobre Mercadeo (estrategias de comercialización)
3	Sobre Canales de Distribución
4	Sobre la Oferta y Demanda
5	Sobre Tendencias del Mercado
6	Sobre Innovaciones Técnicas / Diseños
7	Sobre el Sector Artesanal
8	Sobre Proveedores de Productos intermedios
9	Sobre Materias Primas e insumos y sus proveedores
10	Sobre Precios y Costos
11	Sobre Préstamos / Financiación
12	Para el mejoramiento de la Empresa y los Productos
13	De apoyo para la Exportación
14	Sobre Clientes nacionales y del Exterior
15	Sobre Comercialización / Mercados
16	Sobre Ferias y Eventos Comerciales
17	Para abrir nuevos Mercados / conseguir nuevos Clientes
18	Sobre Oficio / Producto
19	De Técnicas de Producción, Empaques y Transporte
20	Sobre Empresas ofrecen Capacitación y sus géneros

En esta lista solo falta la visión histórica y cultural de la artesanía, que es, precisamente, donde se encuentra su valor diferencial para la determinación de su sello de identidad y su definición en la marca: ARTESANÍAS DE COLOMBIA, objetivada en el logo de la Empresa.

Como la oferta de información del SINAR va desde la forma más general relativa el sector en sus aspectos de producción comercialización, hasta la modalidad más personalizada para la atención

27. Estudio Cuantitativo CICO (2000).

de casos particulares, el sistema debe preocuparte tanto por la calidad y prontitud de sus contenidos como por los mecanismos de confidencia que se requiera, de igual manera para el sistema como para los usuarios.

Para los segmentos de mercado del sistema de información, de acuerdo con los resultados del estudio de la demanda potencial, los servicios básicos de información que prestará el SINAR, se enumera en la siguiente lista<sup>28</sup>:

Directorios de productores artesanales<sup>29</sup> y proveedores de materias primas y normas de uso racional y de preservación.

Catálogo virtual de las artesanías colombianas avalado por Artesanías de Colombia, y de la producción de artesanos certificados por ésta<sup>30</sup>.

Directorios de comercializadores (clasificación) y normas de mercado nacional e internacional.

Contactos virtuales entre productores y comercializadores personalizados.

Atención de consultas sobre aspectos de la producción y la comercialización nacional y la exportación (salas de negocios).

Directorio de instituciones relacionadas con el sector por su actividad promocional directa o indirecta para el sector

Convocatorias para programas y proyectos de capacitación en los aspectos de la producción y comercialización de artesanías.

Producción y divulgación de material ensayístico e informativo sobre eventos del sector artesanal.

Servicios de conexión a Internet y correo electrónico integrado a paquetes de servicios de información (v. g.):

- a) Divulgación periodística de datos con la estructura de bases de datos estadísticas.
- b) boletines con capacidad de competir gráficamente con las revistas.
- c) Divulgación de ensayos analíticos del temas del sector y la producción, programas de fomento, boletines en línea, ofertas institucionales.
- d) Divulgación específica (respuesta a consultas, convocatorias específicas).

---

28. Además de los servicios como tales, el diseño del sistema debe inspirarse en modalidades que permitan la **navegación orientada o dirigida** con base en la definición de motores de búsqueda que conduzcan al sistema y una vez localizados impidan su dispersión.

29. Con relación a los Directorios de Artesanos, teniendo en cuenta el catálogo abierto de certificación así como los trabajos de certificación de hecho a mano, deberá comprender una clasificación en función de la calidad profesional. Igualmente, cada nivel profesional servirá de términos de referencia para la elaboración de contenidos temáticos de los programas de capacitación para la formación empresarial y tecnoproductiva de los artesanos.

30. El catálogo virtual, como instrumento de presentación formal de los productos, puede asumir las siguientes posibilidades:

- a) Modalidad de presentación gráfica del producto para ilustración del comprador en los puntos de venta de Artesanías de Colombia que como valor agregado del producto, es un factor de costos de ventas.
- b) Catálogo abierto con la función de certificación de calidad, en cuanto que para acceder al servicio el interesado deberá cumplir una serie de normas de calidad con relación a las materias primas, los acabados, originalidad o innovación. Tener esas cualidades.
- c) Un catálogo con esas exigencias de calidad para la publicitación de los productos asume el valor de garantía para el comprador, quien encontrará en él, como lo demuestran los almacenes, una guía práctica y visual de lo que son productos artesanales, una definición materializada de artesanía.
- d) El catálogo es igualmente un instrumento de certificación de la calidad profesional de comercializadores de artesanía.

e) Acceso al Servicio del sistema mediante páginas WWW.  
Publicidad

Un aspecto importante del sistema de información será el de la presentación del valor socio cultural e histórico de la artesanía considerada en todos sus aspectos socioeconómicos y en su potencial de desarrollo.

En general, toda la administración de información del sistema se espera que funcione esencialmente como un proceso permanente de investigación con la versatilidad del periodismo investigativo en cuanto a la estrategia de mantener una información actualizada y con un alto grado de atractivo para el conocimiento como para la orientación de la actividad de producción-comercialización.

De acuerdo con el proyecto el sistema comprende los siguientes elementos de la estructura funcional:

Unidad o Nodo Central (Plaza de los Artesanos).

Nodos de los Laboratorios de Diseño

Enlaces con Cámaras de Comercio

Enlaces con puntos operativos de otros proyectos Gubernamentales de desarrollo de las comunicaciones y la computación (que implica participación en el proyecto de Agenda de Conectividad).

Clasificación por tipos de suscripción (en principio y en orden de prioridad por su interés y capacidad de pago, comprende al comercializador, las Instituciones de fomento, las personas relacionadas, las organizaciones de artesanos y los artesanos en particular), cada una con su correspondiente tarifa.

Finalmente, es conveniente tener en cuenta que históricamente el desarrollo se ha dado y ejercitado estimulado por las dinámicas del intercambio y en mayor grado cuando el intercambio se convierte en un proceso del "conocimiento de lo desconocido", es decir, cuando desborda los límites de la cotidianidad y la localidad, que en otras palabras significa la superación del conocimiento sensible (circunscrito en los límites de la experiencia "inmediata") por parte del conocimiento como valor del espíritu humano que define al ser en el proceso de acopio y organización del saber en términos de información. Y de alguna manera, el comercio de bienes es comercio del conocimiento objetivado o materializado en bienes.

Este principio del desarrollo social basado en el desarrollo de la producción-comercialización se encuentra en el estudio en referencia cuando cuantifica la diferencia de la tendencia por la información de los mercados y las modalidades de la comercialización que se encuentra entre los comerciantes locales o tradicionalmente denominados intermediarios (que puede incluir a determinado género de comercializadores) y los exportadores quienes, por las circunstancias, deben moverse con una instrumentación diferente del saber. Para los primeros basta la experiencia alcanzada por la convivencia con el medio mientras que los exportadores deben extenderse en un medio físicamente desconocido y definido por el conocimiento: factor pragmático del desarrollo.



Esto indica la conveniencia de dar un gran énfasis al acopio y administración de la información que rompa las limitaciones condicionadas por la cotidianidad y la localidad. El proceso de exportación, que no solo es importante por la dimensión de sus mercados, también lo es por ser el que mayores exigencias reviste en todos los aspectos de su realización la cual depende en mayor medida del conocimiento enriquecido permanentemente por la información mediante una estrategia de actualización constante. En este proceso de la sociedad global, el medio que proporciona mayor respuesta a esta circunstancia es la red de Internet, hecho que la explica y especialmente porque es la superación de la localidad con la certeza que da la misma localidad, porque es un moverse en grandes radios de acción a través del conocimiento y sus fuentes de información.

El presente documento da por descontado que el sistema se diseñará para su funcionamiento a través del medio Internet, como consecuencia del peso que ha adquirido como instrumento de comunicación tanto de orden general como de carácter concretamente personalizado, hecho confirmado por la investigación de la demanda potencial, que se prescribe en las conclusiones con sus correspondientes modalidades de competitividad con sus homólogos nacionales y extranjeros, que Artesanías de Colombia resolverá con su determinación de MARCA.

NEVE E. HERRERA R.

## MODELO CONCEPTUAL DEL SISTEMA DE INFORMACION

El modelo conceptual del sistema, identifica la posible estructura de la organización de la información, que soportará los servicios de información del mismo. A través de ella, se facilita la construcción de tablas y se conciben los módulos de operación, administración y seguridad del sistema.

Para el caso en estudio y partiendo de la información anteriormente enunciada, el modelo conceptual del sistema debe contemplar como mínimo los siguientes contenidos:

### 1. PRODUCTO - DISEÑO

#### DESCRIPCIÓN DE LOS AGENTES

##### a. Pieza Artesanal

Descripción de la pieza artesanal, características del diseño, valor histórico cultural, artesano productor, costo, empaque y embalaje, acompañada de una ilustración fotográfica, a partir de la cual se construirá el catálogo de productos artesanales.

#### Estructura lógica de datos

CODIGO ARANCELARIO	NOMBRE DE LA PIEZA	FORMA	USO	SIGNIFICACION	EMPAQUE	EMBALAJE	ILUSTRACION FOTOGRAFICA
Código arancelario de la pieza artesanal (10) dígitos	Nombre comercial con que se le conoce la pieza	Descripción del diseño del producto. (Colores, Dimensiones, textura, etc.)	Descripción de la utilidad de la pieza artesanal (florero, cenicero, etc.)	Significado de la pieza, tradición, entorno cultural	Descripción del empaque de la pieza al por mayor y al detal.	Descripción del proceso de embalaje de la pieza y características de resistencia	Fotografía de la pieza artesanal y su empaque

De acuerdo a la variedad y cantidad de piezas artesanales con que cuenta Colombia, esta tabla tendrá que ser dividida por líneas de producto.

##### b. Elementos de Trabajo del Artesano

Clasificación de los elementos básicos con que trabaja un artesano para producir una pieza artesanal, definida por:

Materias primas, conjunto de materiales de origen natural empleados por el artesano para la elaboración de una pieza artesanal. Ej., arcilla, paja tetera, paja toquilla, fique, cuero, etc.

Generalidades del Entorno del Proyecto SIA y Análisis de las Fuentes de Información

Materiales, conjunto de elementos industriales empleados para la elaboración de la pieza.  
Ej. vinilos, resinas, aceites, etc.

Insumos, factores de la producción que son consumibles durante la elaboración de piezas artesanales, Ej. leña, carbón, sustancias químicas, etc.

Máquinas, aparatos mecánicos en su mayoría, que sirven para producir o maquinar partes de una pieza artesanal. Ej. tornos, sierras, hornos, etc.

Herramientas, instrumentos de metal con los que los artesanos se ayudan para producir sus piezas. Ej. bisturí, segueta, regla de cálculo, etc.

*Estructura lógica de datos*

TIPO DE ELEMENTO DE TRABAJO	DESCRIPCION DEL ELEMENTO DE TRABAJO
1	Materia Prima
2	Material
3	Insumo
4	Máquina
5	Herramienta

**c. Inventario de materias primas, materiales, insumos, máquinas y herramientas**

Registro de todos los elementos de trabajo utilizados por el sector en la producción de una pieza artesanal, clasificados por el tipo de elemento.

*Estructura lógica de datos*

CODIGO DEL ELEMENTO	NOMBRE DEL ELEMENTO	DESCRIPCION
Código para identificar la materia prima, material, insumo, máquina o herramienta (Código de barras del elemento)	Nombre comercial del elemento	Descripción general del elemento y función

**d. Proveedores de materias primas, materiales, insumos, maquinaria y herramientas**

Registro de todos y cada uno de los proveedores de materias primas, materiales, insumos, maquinaria y herramientas, identificando por cada uno de ellos, su ubicación, productos que ofrecen, características de los mismos, precio de venta, entre otros, para poder ofrecer al artesano productor, un directorio nacional de proveedores del sector artesanal clasificado por tipo de elemento de trabajo.

### Estructura lógica de datos

NIT DEL PROVEEDOR	RAZON SOCIAL	DIRECCION	TELEFONOS/ FAX	CORREO ELECTRONICO	CIUDAD	DEPARTAMENTO O /ESTADO	PAIS
Número de Identificación Tributaria del Proveedor (9 Dígitos)	Razón social o Nombre del proveedor	Ubicación geográfica del punto de venta	Números telefónicos y de fax de los puntos de venta	Dirección electrónica del proveedor	Ciudad donde se encuentra ubicado el punto de venta	Nombre del departamento o estado al que pertenece la ciudad	Nombre del país

### e. Catálogo de proveedores y sus productos

Ilustra la oferta de materias primas, materiales, insumos y demás elementos de trabajo a disposición de la actividad artesanal.

### Estructura lógica de datos

NIT DEL PROVEEDOR	TIPO DE ELEMENTO DE TRABAJO	CODIGO DEL ELEMENTO	PRECIO DE VENTA	CONDICIONES DE ENTREGA
Número de Identificación Tributaria del Proveedor	Identifica si es materia prima, material, insumo, máquina o herramienta	Código de barra del elemento o código asignado por el sistema	Precio de venta del producto	Descripción de las condiciones de venta del producto. Envíos, garantía, política de ventas al por mayor, etc.

### f. Producción de la Pieza Artesanal

Relaciona para cada una de las piezas artesanales elaboradas por un determinado artesano, la descripción del proceso de producción de la pieza, el tiempo de producción de la misma, los costos de producción, los precios estimados de comercialización al por mayor y al detal.

### Estructura lógica de datos

NIT DEL ARTESANO	CODIGO ARANCELARIO DE LA PIEZA ARTESANAL	DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION	COSTO DE PRODUCCION	VOLUMEN DE PRODUCCION	TIEMPO DE PRODUCCION	PRECIO UNITARIO DE VENTA	PRECIO DE VENTA AL POR MAYOR
Número de Identificación Tributaria del Artesano o No. Cédula de Ciudadanía	Código arancelario de la pieza artesanal	Breve descripción del proceso de producción de la pieza artesanal. (tratamiento de las materias primas, mano de obra, técnica utilizada, etc.)	Estimación del costo de producción de la pieza artesanal	Unidades de la pieza que pueden ser producidas en un lapso de tiempo	Lapso de tiempo en el que se construye un volumen de producción determinado.	Costo unitario de la pieza artesanal	Costo al por mayor de la pieza artesanal

### g. Comercializador

Registra a todos y cada uno de los compradores de los productos artesanales colombianos, identificados como personas naturales o jurídicas, relacionando por cada uno de ellos, el perfil del comprador -mayorista o minorista-, sus preferencias, temporada de compra, montos y la ubicación del mismo.

#### *Estructura lógica de datos*

NIT DEL COMPRADOR	RAZON SOCIAL	TIPO	PERFIL	PREFERENCIAS	MONTO DE COMPRA	CONTACTO	DIRECCION	TEL/FAX	CIUDAD	PAIS
Número de Identificación Tributaria del Comercializador o No. Cédula de Ciudadanía	Nombre del comprador / comercializador	Intermediario Tienda, Persona natural, Almacén de cadena, etc.	Mayorista, Minorista, Comprador ocasional	Describe los gustos o preferencias de las piezas artesanales que suele comercializar o comprar	Describe en moneda el tope máximo de la compra	Nombre de la persona a contactar	Ubicación geográfica del comprador	Números telefónicos del comprador	Nombre de la ciudad	Nombre del país

### h. Ferias y Eventos

Registrará la realización de encuentros comerciales del sector artesanal a nivel nacional e internacional, relacionando por cada uno de ellos, el calendario de actividades, especialidad del evento, fecha, lugar de realización y requisitos para la participación.

#### *Estructura lógica de datos*

CODIGO DEL EVENTO	NOMBRE	CLASIFICACION	ESPECIALIDAD	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACION	LUGAR DE REALIZACION	VALOR DE INSCRIPCION	REQUISITOS	TOTAL ASISTENTES	TOTAL VENTAS
Número asignado al evento	Nombre del evento	Identifica el tipo de evento, feria, mercado, etc.	Describe especialidad del evento	Fecha iniciación del evento	Fecha de clausura del evento	Lugar del Certamen	Costo de participación	Descripción de los requisitos de participación	No. total de asistentes	Monto total en ventas

### i. Registro Ferial

Contendrá la información estadística de cada evento, en lo que se refiere a número de visitantes, volumen de ventas por expositor, productos vendidos y el registro del producto o productos más vendidos.

Generalidades del Entorno del Proyecto SIA y Análisis de las Fuentes de Información

*Estructura lógica de datos*

CODIGO DEL EVENTO	CODIGO DEL ARTESANO	CODIGO ARANCELARIO	PIEZAS VENDIDAS	VALOR TOTAL DE LA VENTA
Número asignado al evento	Código de identificación del artesano	Código de la Pieza Artesanal	Cantidad de piezas vendidas	Monto final de la venta

**2- UNIDAD DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN DE LOS AGENTES

**a. Fuerza de Trabajo**

Definida por el conjunto de artesanos productores, profesionales del oficio, diseñadores, entre otros, quienes según su especialidad transforman las materias primas y demás materiales e insumos, en una pieza artesanal con un contenido cultural.

Se registrará para cada uno de ellos, sus datos básicos de identificación, -nombre, nit/cédula, edad, sexo, oficio al que se dedica, clasificación de su destreza, galardones recibidos, ubicación de su taller y área del mismo.

Lo anterior, permitirá conocer los productos artesanales que fabrica determinado artesano, las materias primas que ha utilizado en la elaboración de una pieza artesanal.

*Estructura lógica de datos*

NIT DEL ARTESANO	NOMBRE	EDAD	SEXO	OFICIO	CLASIFICACION DE LA DESTREZA	GALARDON	NOMBRE DEL TALLER	AREA DEL TALLER	DIRECCION	TEL. FAX	CIUDA D	DEPARTAMENTO
	Nombre completo del artesano			Oficio artesanal al que se dedica	Nivel de especialidad en su oficio	Galardones y/o reconocimientos			Ubicación del taller			

**b. Oficios Artesanales**

Un oficio artesanal corresponde a la actividad específica a la que se dedica un artesano y describe las características generales de un grupo de piezas artesanales.

Los datos básicos a registrar de un oficio artesanal, deben ser el nombre del oficio y la descripción del mismo desde el punto de vista sociocultural, con el fin de ilustrar la

Generalidades del Entorno del Proyecto SIA y Análisis de las Fuentes de Información

transferencia cultural de la actividad artesana y de sus productos.

*Estructura lógica de datos*

CODIGO DEL OFICIO	NOMBRE DEL OFICIO	DESCRIPCION DEL OFICIO	ILUSTRACION
Número de identificación del oficio	Nombre con que se le conoce al oficio	Características y descripción del oficio	Ilustración fotográfica del oficio

**c. Núcleo artesanal**

Descripción sociocultural de todos y cada uno de los núcleos artesanales del país, acompañado de una ilustración fotográfica de la comunidad, para facilitar el acceso al patrimonio cultural colombiano y la identificación de cada uno de los artesanos con su núcleo artesanal.

*Estructura lógica de datos*

CODIGO DEL NUCLEO ARTESANAL	NOMBRE DEL NUCLEO ARTESANAL	DESCRIPCION	ILUSTRACION
Número de identificación del oficio	Nombre del núcleo artesanal	Características de su población y	Ilustración fotográfica del núcleo artesanal

**d. Instituciones y programas**

Relación de las instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras, incluida Artesanías de Colombia, acompañada de la descripción de la oferta de los programas y proyectos que ofrecen para apoyar la gestión del sector artesanal, promoviendo de una parte la capacitación e instrucción de su fuerza de trabajo y de otra, el conocimiento del portafolio de servicios de líneas de crédito y fomento para el desarrollo de su actividad económica.

*Estructura lógica de datos*

NIT DE LA INSTITUCION	RAZON SOCIAL	TIPO DE INSTITUCION	DIRECCION	TELEFONO/ FAX	DIRECCION ELECTRONICA	CIUDAD	DEPARTAMENT OESTADO	PAIS
Número de identificación del oficio	Nombre del núcleo artesanal	Universidad, Empresa Pública, Privada, Agremiación, Asociación, ONG, Crédito Fomento	Ubicación geográfica de la institución	Números telefónicos, fax	e-mail			

Generalidades del Entorno del Proyecto SIA y Análisis de las Fuentes de Información

**e. Programación de cursos de capacitación, instrucción y asesoría**

Descripción y relación de la programación de cursos de capacitación, asesoría e instrucción ofrecido por las instituciones para el sector artesanal, detallando la metodología de trabajo, contenido académico del programa, perfil del instructor, intensidad horaria, costo, persona a contactar y requisitos para la inscripción.

*Estructura lógica de datos*

NIT DE LA INSTITUCION	NOMBRE DEL PROGRAMA	CONTENIDO DEL PROGRAMA	METODOLOGIA DE TRABAJO	PERFIL DEL INSTRUCTOR	INTENSIDAD HORARIA	REQUISITOS PARA LA INSCRIPCION	COSTO	PERSONA A CONTACTAR
Código que identifica a la institución	Nombre del programa de capacitación	Descripción y objetivos del programa	Detalla de la metodología de trabajo	Resumen de la hoja de vida del instructor	Describe horario e intensidad	Descripción de las condiciones que deben cumplir los aspirantes para tomar el programa	Valor del curso por participante	Nombre de la persona que asesora sobre el programa de instrucción o capacitación



## 6. DEFINICION DE LA INTERFASE DE USUARIO

### PROCESO DE VINCULACION DE LAS FUENTES DE INFORMACION

El proceso de vinculación o incorporación de las fuentes de información a la estructura de datos propuesta, debe preverse con anticipación y obedece a diseñar un procedimiento de logística que se recomienda a continuación:

1. Identificar por agente, los datos que requieren para ser actualizados sus registros de información.
2. Identificar los recursos (humanos, económicos y tiempo) que se requieren para actualizar los datos
3. Definir formatos de trabajo para facilitar el proceso de la actualización de datos
4. Definir por cada agente el procedimiento a seguir en la actualización de los datos
5. Actualizar cada registro de datos

#### **Información que es requerida por agente**

##### **Pieza Artesanal**

Selección de las piezas artesanales a exponer en el catálogo

Definición del código arancelario de cada pieza artesanal

Descripción del significado, tradición y entorno cultural de cada una de las piezas

Descripción del proceso de obtención de las piezas

Descripción del tipo de empaque y forma de embalaje de las mismas.

Proveedores de materias primas, materiales, insumos, maquinaria y herramientas

Elaborar formato general de datos de proveedores

Buscar e invitar a los proveedores de los anteriores elementos a estar en el catálogo virtual de Proveedores,

Listar los productos que comercializa cada proveedor.

## SINTESIS POR ÁREAS

El presente documento compendia los resultados del levantamiento de información realizado mediante la programación de reuniones organizadas por grupos de acuerdo con el método aprobado por la Gerencia General. En esta síntesis se enumeran y describen brevemente los temas de la información de interés para el sistema, los procedimientos de acopio, organización o registro, los instrumentos de acopio. Finalmente se enumerarán las condiciones, mecanismos, medios requeridos para la construcción definitiva del diseño técnico, los cuales deben ser determinados por la Gerencia General y el Comité de Gerencia. Una vez definidos los acuerdos finales se procederá al ajuste definitivo del documento de descripción del Diseño Técnico Aprobado y se continuará con la siguiente fase de ejecución del contrato.

### I. AREA DE DISEÑO

El componente del diseño, con base en el cual se define el carácter diferencial del producto artesanal, es el aspecto de la creación y producción artesanal alrededor del cual Artesanías determina toda la metodología y los medios estratégicos para la asesoría en las diversas modalidades de desarrollo de productos. Por este enfoque el proyecto del sistema de información se estructura para aplicar todos los medios de comunicación directa de Internet en la prestación de dicho servicio, de modo que pueda ser una herramienta efectiva de la labor de los Laboratorios de Diseño de Bogotá, Armenia y Pasto, así como de todo el trabajo de selección y evaluación de los productos para participar en las ferias artesanales con que Artesanías, garantizando la calidad y representatividad de la artesanía, promueve la comercialización y contactos directos de los artesanos con los consumidores y comercializadores.

Desde el punto de vista del sistema de información para la artesanía, se identifica esta opción como un canal principal identificado como Laboratorio Colombiano de Diseño. En este se podrían manejar cinco opciones así:

#### **1). Presentación general del proyecto Laboratorio Colombiano de Diseño.**

Presentará de manera general el proyecto del Laboratorio Colombiano de Diseño enumerando sus objetivos, estrategias, alcance geográfico y funciones especiales de cada uno de los laboratorios de Diseño (Bogotá, Armenia y Pasto).

#### **2). Servicios Prestados**

Canal para la presentación general de lo que son estos servicios realizados por los laboratorios, su orientación y su alcance.

a. Asesoría en diseño para el desarrollo de productos artesanales. Al escoger esta opción se mostrará una presentación de lo que es una asesoría en diseño para el desarrollo de productos artesanales y el procedimiento que se sigue para acceder a ella.

b. Asesoría en diseño para el desarrollo de imagen, empaque, embalaje y exhibición. Se describirá el procedimiento de solicitud y de realización del servicio.

Para acceder a estos beneficios el usuario se registrará mediante el formulario "Ficha de Productor-Taller" y se le asignará una clave para acceder a la información sobre el proceso de las asesorías y/o de las evaluaciones.

### **3. Asistencia técnica**

Al escoger esta opción se mostrará una presentación de lo que es una asistencia técnica y el procedimiento que se sigue para acceder a ella. El usuario tendrá las mismas opciones de la asesoría en diseño para el desarrollo de productos artesanales sólo que se harán unos cambios en el registro que haga el artesano y el direccionamiento de la asesoría que haga el diseñador.

El usuario igualmente registrará la información del formulario Ficha del Productor-Taller según las instrucciones. Las validaciones serán las mismas que en el desarrollo de productos artesanales. Ahora se incluye la información de producto y planos técnicos. La validación de datos y de estados sigue el mismo esquema de las asesorías en diseño

### **4. Asistencia para empresas y establecimientos educativos (instituciones relacionadas).**

Al escoger esta opción se mostrará una presentación de lo que es una asistencia para empresas y establecimientos educativos y el procedimiento que se sigue para acceder a ella. El usuario tendrá las mismas opciones de la asesoría en diseño para el desarrollo de productos artesanales sólo que se harán unos cambios en el registro que haga el artesano y el direccionamiento de la asesoría que haga el diseñador.

El usuario (Institución) registrará la información del formulario Ficha del Productor-Taller. Las validaciones serán las mismas que en el desarrollo de productos artesanales. Se tomará el dato de clasificación de la entidad que hace la solicitud.

### **5. Certificaciones y registros.**

Al escoger esta opción se mostrará una presentación de temas relacionados con certificaciones, registro de marcas, propiedad intelectual, etc. que pueda tener la comunidad artesanal.

El comportamiento será el de un CONTACTENOS direccionado a un sitio en el que alguien dará respuesta a estas inquietudes. Para datos estadísticos se podrá generar un rastreo de las preguntas y las respuestas hechas con respecto del tema.

Registro de Preguntas acerca de Certificaciones y Registros para lo cual llenará un formulario numerado donde se identifique plenamente y de forma que se puedan perfilar sus orígenes y comenzar a organizarlas en publicaciones de respuestas a preguntas frecuentes.

Si un usuario quiere consultar en el sistema la respuesta de su inquietud, podrá hacerlo en una opción habilitada para ello, indicando el número de su pregunta y la identificación de él en el sistema.

#### **6). Información permanente (sobre fomento artesanal y desarrollo artesanal)**

Canal para presentar información de diversos temas útiles para el desarrollo normal del trabajo artesanal. La selección, organización y publicación de estos temas se hará de acuerdo con lo que defina un comité creado para esto. La variación de estos es mínima ya que representa información estática la cuál es útil como consulta y referencia para el fomento y desarrollo artesanal.

Entre otros temas se pueden encontrar los siguientes:

- a. Líneas de Producción
- b. Oficios y Técnicas
- c. Clasificación de Artesanía y Núcleos Artesanales
- d. Tipos de Intervención
- e. Ley del Artesano
- f. Legislación y Reglamentación

#### **7) Documentos y publicaciones de interés para el diseño -- Información periódica**

En este canal se presentará información de contenidos relacionados con el diseño en general. La selección, organización y publicación de estos temas se hará de acuerdo con lo que defina un comité creado para esto. La variación de estos es muy frecuente dependiendo del mercado. Entre otros temas se pueden encontrar los siguientes.

- a. Tendencias
- b. Cartas de Color.
- c. Eventos recomendados (Eventos que promueve el área de diseño para la participación del público en general que aparecerán también en el calendario general de eventos.

#### **8) Preguntas Frecuentes**

Canal para mostrar las respuestas a las preguntas frecuentes que hayan sido relacionadas con el tema de los laboratorios de diseño. La selección de la formulación y respuesta de estas preguntas será hecha por el comité que se designe para ello.

## **II. AREA DE EXPOARTESANIAS Y PLAZA DE LOS ARTESANOS**

De acuerdo con el levantamiento de información efectuado con los funcionarios de Expoartesanías y de la Plaza de los Artesanos, las actividades y campos de acción de cada una constituyen eventos de promoción de la comercialización directa de los artesanos, actividades de evaluación de productos artesanales y asesoría para la adecuación y desarrollo de

productos, y eventos de divulgación y promoción de la artesanía. Géneros que se pueden identificar en los procesos de gestión descritos a continuación conjuntamente con otras recomendadas por los funcionarios mencionados, así como otros procesos que constituyen el primer nivel de interpretación de la estructura ideal del sistema para apoyo de los proyectos en referencia.

Registra de artesanos para participar en las ferias

Servicios de asesoría en diseño prestados por Expoartesanías para participar en la feria.

.Proceso de Selección y Evaluación de Productos para participar

Los "productos para ajuste" se someten al trajo de asesoría para su adecuación a los criterios de calidad artesanal.

Determinación y publicar del Catálogo de cada evento ferial.

Para el caso particular de la Feria anual de Expoartesanías la participación está precedida por un proceso de selección determinada por criterios de calidad mientras que la participación en las ferias de la Plaza de Los Artesanos tiene un carácter de prueba de mercado de productos cuyo desarrollo es resultante de los procesos de asesoría de los Laboratorios de diseño.

La organización y ejecución de la feria anual de Expoartesanías y las ferias anuales que se realizan en la Plaza de los artesanos (Mano facto, Feria del Eje Cafetero), y otras de realización bianual (Feria Artesanal Indígena de América), constituyen eventos en los que se materializa la estrategia de la comercialización directa entre los artesanos y los distintos tipos de compradores que van desde el comprador directo y se extiende a los comercializadores nacionales e internacionales. Además constituyen el proyecto a través del cual se lleva a la práctica la política de aplicación del diseño para el rescate, diversificación y desarrollo de productos que garanticen el posicionamiento del producto artesanal en los mercados contemporáneos.

Se identifica que la presentación de Expoartesanías y de los eventos de la Plaza de los Artesanos podrá ser utilizada como modelo la presentación de los eventos que promueva directamente Artesanías de Colombia. Este tema tendrá tres niveles de presentación, así: eventos promovidos por la Entidad, calendario de eventos y promoción plaza de los artesanos.

Desde el punto de vista del Sistema Integrado de Información, se identifica que los procesos de realización de estos proyectos serán estructurados para operacionalizar el registro y gestión de los eventos que promueva directamente Artesanías de Colombia. Este tema tendrá tres niveles de presentación, así:

En principio se clasificarían en: Eventos feriales: Expoartesanías, Mano Facto, Eje Cafetero, Indígena de América. Eventos de Capacitación, asesoramiento y divulgación.

### **1). Eventos promovidos por Artesanías de Colombia.**

a. Presentación general de eventos.

Página de contenido que promueve en general los eventos de Artesanías de Colombia, con alto contenido del tema y la gestión del diseño como factor de caracterización de las actividades promocionales de Artesanías de Colombia. Constará de dos aspectos: a) Eventos feriales en curso, b) Reseña histórica de eventos realizados.

**b. Eventos feriales**

- 1) Divulgación de cada Versión ferial
- 2) Información para inscripción en la versión del evento en curso.
- 3) Opción de registro en las versiones de eventos activas.
- 4) Consulta de evaluación de artesano para eventos.
- C. Reseña histórica de eventos realizados (Enumeración y descripción de versiones de eventos realizados).
5. Información para visitantes al evento.
6. Datos estadísticos y económicos de las versiones de las ferias
7. Consulta de estudios de mercadeo del evento.

**b. Eventos de Promoción y Divulgación:** Encuentros nacionales e internacionales de Diseño, lanzamiento de proyectos, “exposiciones artesanales”, etc.).

**2) Calendario de eventos**

Enumeración y descripción cronológica de los eventos de promoción, divulgación y asesoramiento realizados por la Entidad.

**3) Promoción plaza de los artesanos.**

Presentación publicitaria de la Plaza de los Artesanos como medio para la realización de actividades de terceros (además de la divulgación relacionada con los eventos realizados por la entidad).

**III. ÁREA COMERCIAL**

El Área de la Subgerencia Comercial, distinto del proceso de realización de la actividad promocional de mercadeo de Expoartesanías y de la Plaza de los Artesanos, se asimila a la estructura funcional de una comercializadora con sus correspondientes procedimientos para la compra y venta de productos a nivel nacional e internacional, y sus relaciones con otras modalidades administrativas de la comercialización. A este elemento de Comercialización de la Empresa le será útil la información que arroje el cruce de “variables” de las bases de datos del sistema para definir estrategias puntuales de comercialización.

Desde el punto de vista del sistema vía Internet se identifica esta opción como un canal principal. En este se podrían manejar cuatro opciones así: Presentación comercial de Artesanías de Colombia, Información para compradores, Información para proveedores (artesanos) y otra información comercial.

Se identifica esta opción como un canal principal. En este se podrían manejar cuatro opciones así: Presentación comercial de Artesanías de Colombia, Información para compradores, Información para proveedores (artesanos) y otra información comercial.

### **1) Presentación comercial de Artesanías de Colombia**

- a. Presentación general de la operación
- b. Información para compradores, proveedores y otras entidades del sector.  
Instructivos que orientan a las personas y entidades relacionadas acerca de cómo interactuar con Artesanías de Colombia.
- c. Servicios ofrecidos por el área Comercial

### **2) Información para compradores**

- a. Presentación del procedimiento de atención al cliente en Artesanías de Colombia destacando las ventajas de comprar en la Entidad.
- b. Registro de comprador.
- c. Consulta y Compras en el Catálogo de Artesanías de Colombia.
- d. Consulta del cliente sobre el estado de su pedido
- e. Consulta de productos artesanales en general.

### **3) Información para proveedores**

- a. Presentación del proceso de ventas a Artesanías de Colombia (Descripción del procedimiento y las ventajas que se encuentran al permitir a Artesanías de Colombia comercializar sus productos).
- b. Registro para proveedores mediante un formulario donde se describe la información del artesano como proveedor. (Requiere de una ficha de registro unificada donde se puedan ver datos del artesano, oficio, técnica y los productos que presenta para evaluación).
- c. Consulta de evaluación de proveedores (para operaciones de seguimiento de cumplimientos).
- d. Consulta de comercializadores registrados (por parte de artesanos y clientes registrados).
- e. Consulta de la información de artesanos registrados por parte de clientes también registrados.
- f. Registro para anunciarse en el sistema de información.

### **4) Información de comercializadores**

- a. Presentación descriptiva acerca de los servicios ofrecidos por Artesanías de Colombia a través del sistema de información y de los procedimientos para acceder a cada uno.
- b. Registro de Comercializadores mediante un formulario donde se sienta la información de personas que quieren registrarse en el sistema como comercializadores. (Se contará con una ficha de registro unificada donde se puedan ver datos del comercializador, oficio, técnica y los productos que puede promover).

#### **IV. COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

Cooperación Internacional y divulgación es el área responsable de la gestión internacional desarrollada a través de la formulación y ejecución de Proyectos de Cooperación Internacional. Otro género de su labor es la divulgación de eventos internacionales (talleres, ferias, eventos, concursos) utilizando para ello mecanismos como correo directo, llamadas personales, para el contacto con diferentes entidades. Y de cuyos resultados gestiona su divulgación a través de medios de noticias

En sus actividades está la realización anual del concurso de Diseño para estudiantes y profesionales

Para el desarrollo de sus actividades maneja una “base de datos” relativamente informal de personas que le sirve para llevar a cabo las convocadas a eventos, todos los cuales constituyen su calendario de eventos de proyección internacional.

Su presentación institucional en el canal correspondiente relacionará los entes Comunidad – Producto – Oficio y Técnica desde la perspectiva del cumplimiento de una labor social de promoción del tema artesanal.

En el canal de Cooperación internacional se hará la publicación de las fotos en tercera dimensión contratadas de los diez productos representativos del país.

Se identifica un canal particular para presentación de estos temas llamado **Cooperación Internacional**.

Para la organización de su información en la Web se consideran las siguientes opciones generales:

##### **1) Presentación de cooperación internacional**

Al seleccionar esta opción se observará una presentación de lo que es cooperación internacional y la forma en que artesanías de Colombia ayuda a la comunidad artesanal en este tema.

##### **2) Fuentes de Cooperación Internacional**

Presentación especial en la que se describe la forma como Artesanías de Colombia obtiene apoyos técnicos y económicos para su ejecución en programas de desarrollo del sector y que sirve para la motivación las instituciones patrocinadoras del desarrollo.

\* El Registro de Entidades relacionadas con fuentes de cooperación internacional

\* El Registro de Proyectos de Cooperación Internacional.



Con la realización de estas funciones se podrá facilitarle a las instituciones de cooperación internacionales que apoyan la financiación de proyectos formulados por Artesanías de Colombia, consultar en el sistema el detalle de los beneficiarios y aspectos favorecidos (de acuerdo con los objetivos de los subproyectos cuya ejecución depende de tales proyectos macro).

### **3) Calendario de Eventos Internacionales**

Estará disponible una presentación al mercado artesanal de los eventos de diferente tipo (talleres, cursos, seminarios, concursos) de carácter internacional con la fecha de realización, una reseña del evento y la información de cómo acceder al evento.

La información del calendario comprenderá:

- \* Descripción del tipo de evento y el carácter internacional del mismo.
- \* Identificación de los beneficiarios por evento.
- \* Mecanismo de consulta que facilite la selección de beneficiarios, la realización de convocatorias a los distintos eventos.

### **4) Noticias.**

En la opción noticias se hará la presentación de noticias referentes a proyectos, eventos (promoción especial y resultados) de cooperación internacional, constantemente actualizada.

### **5) Contáctenos**

En esta opción se hará el registro de preguntas sobre temas relacionados. Adicionalmente la comunidad se podrá suscribir a los servicios de listas de correo sobre temas relacionados.

Mediante el Registro de Listas de Correo se presentará al usuario la información de los beneficios de inscribirse a los servicios de listas de correo. Para tal efecto se diligenciará un formulario indicando el tema de interés.

## **V. AREA DE DESARROLLO**

La orientación de este tema será hacia los proyectos en general que gestiona Artesanías de Colombia. De una parte están los proyectos formulados por la Empresa y que constituyen una fuente de ingresos para el funcionamiento y cumplimiento de sus objetivos y programas. De otra parte se encuentran los proyectos formulados por los agentes del sector artesanal por iniciativa propia o con el apoyo de Artesanías de Colombia.

Dentro de la metodología, por ejemplo, de la organización del trabajo a partir de la estructura lógica y funcional del proyecto, se jerarquizan los proyectos en particular (comenzando por los formulados por Artesanías de Colombia), tal el caso del proyecto de los Laboratorios de Diseño, como proyecto que caracteriza la labor institucional de Artesanías de Colombia y por lo que el componente del diseño atraviesa todos los proyectos en mayor o menor medida.

Siguen en su orden los proyectos desde el punto de vista de su integralidad y cobertura, lo cual está en relación directa con el monto de la inversión. En este caso se destacan los proyectos de Expoartesanías (con su continuidad en el tiempo y su cobertura nacional), la Plaza de los Artesanos, y los proyectos especializados como el Proyecto Nacional de Joyería, el Proyecto de Fompyme. Frente a todos estos (y como el soporte funcional) se ubica el proyecto del sistema Integrado de Información. Se podría pensar que siguen en su orden los proyectos regionales y los locales.

Para su organización en el sistema de información se contemplan las siguientes Opciones Generales

### **1. Promoción y Divulgación.**

- Presentación institucional del tema (contenidos).
- Mecanismos de Divulgación del tema de proyectos (contenidos).
- Portafolio de Servicios: Asesoría en Proyectos  
Registro de Servicios Profesionales

### **2. Registro de Solicitudes de Proyectos.**

- Registro de personas (artesanos, comunidades, etc.) para que puedan inscribir proyectos.
- Registro abierto de solicitudes de proyectos organizados según el formato existente de 29 preguntas.

### **3. Formato de Evaluación (Función del Administrador).**

- Registro del resultado de la evaluación por parte del evaluador de forma que se cree la base de proyectos artesanales según sea su resultado. En este caso se reflejan los criterios de elegibilidad dados por artesanías.

### **4. Seguimiento de Proyectos con recomendaciones.**

- Estos proyectos radicados y evaluados y potencialmente con aprobación, podrán ser consultados por la entidad que los formula de forma que pueda observar la evolución del mismo. De la misma forma establecerá un canal de comunicación con Artesanías de Colombia (a través del evaluador).

### **5. Seguimiento de Proyectos Aprobados**

Las personas que formulan proyectos, podrán consultar en el sistema en cualquier momento la información del proceso de ejecución. De la misma forma podrán hacer anotaciones al respecto.

Las diferentes etapas por las que atraviese un proyecto se documentarán en el sistema para ser consultada por las personas que los formulan, las entidades que lo financian o apoyan y Artesanías de Colombia. La información de consulta corresponderá a los contratos y

convenios, la programación y ejecución, y el Registro de beneficiarios en cada uno de los aspectos que reciben el beneficio.

#### **6. Cierre de Proyectos (Función del administrador).**

Una vez ejecutado cada proyecto registrado se procederá al efectuar el Registro del informe de Finalización con el cual se cambia internamente el estado del proyecto a "Terminado".

#### **7. Consulta de Proyectos para Entidades relacionadas**

Con esta opción se tendrá acceso, según niveles de autorización, a la información del banco de proyectos que posea la empresa de acuerdo con la política y el procedimiento definido para ello.

Para el uso de esta opción se deberá diligenciar un formulario de registro de consulta en el cual se valida el perfil de la consulta y el interés por conocer información. Una vez hecha la validación se procederá a mostrar el resultado según se defina su presentación.

### **VI. AREA ADMINISTRATIVA**

Desde el área Administrativa, entre otras actividades de su gestión, se visualizan actualmente los trámites en línea.

#### **1. Trámites en línea**

De acuerdo con los compromisos con la Agenda de Conectividad prescrita por la Directiva presidencia 02, para la ilustración del Ciudadano sobre el tema de procedimientos institucionales de trabajo y los procesos de contratación en línea, actualmente se están manejando en la página Web los siguientes siete trámites que, por cada una de las áreas responsables de cada tema o trámite, están identificados como servicios:

- 1) Cómo participar en Expoartesánías
- 2) Presentación de Quejas y reclamos
- 3) Cómo vender o Comercializa productos de Artesanías de Colombia
- 4) Préstamo de Publicaciones y Vídeos sobre temas artesanales
- 5) Solicitud de viabilidad y aprobación de proyectos para el sector artesanal
- 6) Solicitud de asesoría en diseño para el mejoramiento y desarrollo
- 7) Cómo participar en las ferias artesanales organizadas en la plaza de los artesanos.

Hay cuatro áreas en las que se formulan proyectos: Subgerencia de Desarrollo, Oficina de Cooperación Internacional, Oficina de Planeación y Laboratorios de Diseño. Y existen dos áreas de acción de los proyectos: Formulados Artesanías de Colombia para el fortalecimiento institucional y la canalización de recursos para la realización de su gestión de promoción del sector Artesanal, y los que la comunidad formula ante la Entidad

Todos los servicios y trámites con que se presten a los usuarios de la gestión de Artesanías de Colombia, serán presentados por la opción de **Trámites en Línea**, el cuál se encuentra dentro del canal principal llamado **Servicios en Línea**.

Se identifica un canal en particular para presentación de estos servicios y trámites. Como opciones generales se identifican:

a). Presentación de los Servicios y trámites.

Al seleccionar esta opción se observará una presentación de los servicios y trámites que Artesanías de Colombia pone a disposición de los usuarios y la forma de acceder a ellos.

b). Descripción de los Servicios y trámites

Aparecerá un listado y la respectiva descripción de los diferentes servicios y trámites que ofrece Artesanías de Colombia, desde cada uno de los cuales el usuario podrá acceder mediante la generación de una solicitud.

Los servicios que ya están listados y descritos en los demás canales de sistema serán consultados mediante una relación de enlace desde el correspondiente servicio de la lista de servicios en línea.

c) Contratación en línea: Permitirá la publicación de contenido referente a contratos y licitaciones.

## **2. Quejas y reclamos**

El tema de las Quejas y Reclamos se prestará a través de un formulario en el que se capturará la información del remitente y su tipo de queja. Este canal estará como una herramienta que estará disponible a lo largo de toda la página.

Las quejas y reclamos se direccionarán a la Oficina de Recursos Humanos donde se evaluará su pertinencia para determinar su enrutamiento a la instancia que corresponda la responsabilidad de responderla.

En el sistema, sin importar la vía por la que se reciban, deben quedar registrados todos y cada uno de los trámites, identificados con un número que permita el correspondiente seguimiento, y todos se debe dar la respectiva.

## **VII. AREA DE DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN – CENDAR**

Por la función de acopio, organización y difusión del material documental del Cendar, constituye la instancia relativamente más circunscrita por la actividad relacionada con el manejo de información. De acuerdo con la información provista por la Centro de Investigación y documentación Artesanal, Cendar, se identifica la funcionalidad de un canal particular para la presentación de los servicios de información. Como opciones generales se identifican las siguientes:

### **1) Presentación de los Servicios de Información.**

Al seleccionar esta opción en la Web se observará una presentación de los servicios de información que Artesanías de Colombia pone a disposición de la comunidad artesanal y la forma de acceder a ellos.

### **2) Documentos y publicaciones artesanales.**

En esta opción del sistema se muestran los siguientes aspectos:

a) Presentación de los documentos y publicaciones que Artesanías de Colombia quiere promover y cuya selección, organización de temas y determinación de publicación se hará mediante la decisión de un comité de Divulgación.

b) En caso de existir documentos/publicaciones cuya consulta o entrega se determine un pago, su proceso se prescribirá mediante un instructivo indicando al usuario los procedimientos para acceder a la compra y/o envío.

c) Para los casos en que los usuarios deseen acceder a los documentos/publicaciones diligenciarán un formulario con datos de identificación, la relación del (los) documento(s)/publicación(es) del interés de compra. En este mismo proceso se asigna un número de transacción con el que se hace el seguimiento de la transacción hasta la aprobación y entrega/envío del material.

d) Informar en línea el estado del proceso de compra de información, identificado con el número de registro e identificación del solicitante.

### **3) Índice Bibliográfico del Centro de Documentación.**

En esta opción se tendrá un link con el software WINIXIS enlazado a la base de datos bibliográfica del centro de documentación, de forma que el usuario pueda consultar de la misma manera que en las terminales de la sala de lectura del CENDAR.

### **4) Solicitud de Información.**

Establecimiento de un canal de comunicación con la comunidad artesanal para el registro de las preguntas que la comunidad hace y seguir el desenvolvimiento de las respuestas dadas por Artesanías de Colombia. Esta operación comprenderá:

- Registro de Preguntas (Rastreo del origen, diligenciamiento de formulario con información verificable e identificación de intereses temáticos que sirvan de referencia efectiva para la organización de publicaciones y mantener la relación con el usuario.

- Opción para rastreo de consultas efectuadas por perfil de usuario y tema de interés, remisión de respuesta y actualización del estado de la consulta en cada fase del proceso.

- Consulta de Respuestas a Contáctenos (mecanismo para consulta de las respuestas dadas a las preguntas de interesados en la información.

### **5) Preguntas Frecuentes**

Canal para mostrar el listado de preguntas relacionadas con temas varios cuyas respuestas dadas por el comité de “Servicios de Información” determinan el contenido informativo de la opción.

De acuerdo con lo descrito, el Cendar es la Instancia desde la cual se sugiere la ejecución administrativa del canal de presentación y prestación de los “Servicios de Información” que sean promovidos por Artesanías de Colombia. Para tal efecto en Cendar realizaría las siguientes funciones administrativas del sistema de información:

#### **Validación y despacho de Información**

Respuesta a los e-mails que lleguen a través del formulario de Contáctenos.

Definición de los perfiles de los usuarios de las listas de correo electrónico.

Definición de los temas para inscripción en las listas de correo electrónico.

Definición de los temas o secciones de las preguntas frecuentes para la organización de las respuestas.

ARTESANIAS DE COLOMBIA

---

## INFORME EJECUTIVO

---



artesanías de colombia s.a.

---

### ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA DEL SIA EN DIFERENTES ESCENARIOS

---

Junio del 2001



## **ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD ECONOMICA DEL SISTEMA INTEGRADO DE ASESORAMIENTO PARA LA ARTESANIA ('SIA') EN DIFERENTES ESCENARIOS;**

**INFORME EJECUTIVO**  
**Junio de 2000**

### **Capitulo 1;      Antecedentes y Objetivo General del SIA**

#### **1.1. Antecedentes**

Las Artesanías en Colombia cumplen un papel social, económico y cultural en el desarrollo y promoción de la calidad de vida de una muy importante población de artesanos. A pesar que los artesanos tienen la oportunidad de acceder a una variedad de servicios de capacitación, asistencia técnica e información en Colombia, estos no tienen un enfoque sectorial que les permita recibir la información y la asesoría necesaria de manera ágil, oportuna, simple, coherente y actualizada.

Con el propósito continuar prestando su apoyo a los Artesanos, **ARTESANIAS DE COLOMBIA** ha elaborado un Proyecto que contempla la creación de un **Sistema de Información** para el Sector (**Sistema Integrado de Asesoramiento para la Artesanía, SIA**) que permitirá el intercambio eficiente y generación de Información referente a la Artesanía, y de esta manera ofrecerá a los artesanos herramientas para mejorar la productividad y competitividad de sus productos. El SIA permitirá a los artesanos, compradores, personas y entidades interesadas en el Sector, obtener información ágil, oportuna y a un costo razonable. Durante los meses de Octubre del año 2000 y Febrero del año 2001 nuestra Firma, **CICO Ltda.**, realizó para **ARTESANIAS DE COLOMBIA** un Estudio de Mercado para determinar el **potencial de demanda del SIA** y establecer la caracterización de dicho Mercado. Los resultados básicos obtenidos del Estudio son los siguientes:

1. Dimensionamiento y Alcance del SIA entre diferentes actores del Sector Artesanal.
2. Identificación del tipo y fuentes de Información que actualmente utiliza el Sector de Artesanos y análisis de requerimientos de 'valor agregado' para el desarrollo exitoso del Proyecto.
3. Observaciones sobre el Portafolio de Servicios del SIA.
4. Observaciones sobre Estrategia comercial de desarrollo del SIA.



Por su parte, **ARTESANIAS DE COLOMBIA** ha realizado análisis previos sobre los estimados de **costos de Montaje, de Mantenimiento y Administración del SIA.**

## **1.2. Objetivo y Alcance del Análisis de Viabilidad Económica del SIA**

El **Objetivo General** del Análisis de **POTENCIAL** fue establecer **un análisis de la demanda del SIA por el medio INTERNET**, a partir de las características propias que definen esta demanda entre cada uno de los segmentos o grupos de usuarios seleccionados, para concluir en un análisis y resultados finales de **cifras (unidades y valor) de la demanda del SIA** a corto y mediano plazos. Sobre la base de los resultados del Estudio de **POTENCIAL**, y los estimados de ‘costos’ realizados por **ARTESANIAS DE COLOMBIA**, el Objetivo de este Estudio es:

**Analizar la Viabilidad Económica del Proyecto SIA en los diferentes escenarios posibles.**

El **Alcance** de los resultados del Estudio de **Viabilidad Financiera del SIA** está definido por los **PRODUCTORES** (Artesanos Individuales y Empresas de Artesanías representados por el ‘jefe de taller’), **COMERCIALIZADORES LOCALES** (que su actividad principal es comercial), definido por Empresas dedicadas solamente a la compra/venta de productos artesanales para el mercado local, los **EXPORTADORES**, las **ASOCIACIONES DE APOYO** del Sector, y los diferentes grupos de **Personas y Entidades relacionadas** con el Sector **ARTESANAL** del País.

Los resultados del Análisis de **Viabilidad Económica del SIA** se presentarán para los siguientes segmentos del Sector:

- 1. ARTESANOS PRODUCTORES**
- 2. COMERCIALIZADORES LOCALES**
- 3. EXPORTADORES**
- 4. ASOCIACIONES DE APOYO AL SECTOR**
- 5. GRUPOS SELECCIONADOS DE PERSONAS RELACIONADAS**

## **1.3. Alcance del Proyecto SIA**

El SIA está planteado como un **SISTEMA DE INFORMACIÓN ESPECIALIZADO PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO** liderado por **ARTESANIAS DE COLOMBIA**. No obstante, su **desarrollo natural tiene también un alcance como medio comercial**, tanto como medio de intermediación **B2B** (‘entre negocios’), y **B2C** (‘negocios y consumidor final’).

**Este resultado está implícito en el Concepto del SIA liderado y dirigido por ARTESANIAS DE COLOMBIA. ARTESANIAS DE COLOMBIA es una Entidad que ha liderado el desarrollo del Sector ARTESANAL, desde la capacitación, el impulso de nuevas tecnologías, hasta las actividades de comercialización. La concepción de un Sistema de Información para el Sector dentro de la estructura de ARTESANIAS DE COLOMBIA que no tome en cuenta todas sus actividades resulta inconsistente con la Vocación y Misión de la Entidad.**

**En esta medida, el SIA se presenta tanto como un medio para la generación y divulgación de Información especializada en el Sector, como también un medio de 'consulta' y 'asesoría' para el desarrollo técnico y comercial de los diferentes 'actores' del Sector, y finalmente como medio para la intermediación comercial, tanto 'entre negocios', como para el 'consumidor' final.**

Es importante anotar que los resultados del Estudio Cuantitativo realizado por nuestra Firma sugieren que una de las garantías más seguras de los flujos estables de ingresos por 'afiliaciones' y 'mensualidad' está dada por el aspecto comercial del SIA al que hacemos referencia en el cuadro anterior. Estos resultados sugieren que existe una estrecha relación para ARTESANIAS DE COLOMBIA entre el aspecto de sistema de generación y divulgador de información del SIA y su desarrollo como medio comercial, lo que asegura una mayor estabilidad comercial en el desarrollo general del Proyecto.

El Concepto anterior define el horizonte de los Ingresos del SIA en su desarrollo, a la vez por concepto de la 'venta de Información', la venta de servicios de consulta', la 'intermediación comercial entre empresas' (locales y del exterior), y la 'venta al consumidor final' (locales y del exterior), de productos del Sector ARTESANAL del País.

## Capítulo 2; Descripción general de Ingresos y Egresos del SIA

### 2.1. Metodología del Análisis de Viabilidad Económica del SIA.

Los análisis de la **Viabilidad Económica** se han realizado a partir de la determinación de los *factores* que se desprenden de las condiciones actuales del Mercado del Servicio propuesto tal como se obtienen del Estudio de **POTENCIAL** del SIA. De la cuantificación de los *factores* se determinan los **ingresos** por concepto de la venta entre los diferentes grupos de usuarios potenciales. Por otra parte, a los **ingresos** establecidos a partir de los resultados del **POTENCIAL** del SIA se enfrentan los costos por concepto de Montaje y Operación que **ARTESANIAS DE COLOMBIA** ha establecido en los estudios previos presentados al **BID**.

### 2.2. Descripción general de los Ingresos del SIA.

El Sistema Integrado de Asesoramiento para la Artesanía, SIA, es un Sistema por el medio **INTERNET** que debe generar sus Ingresos económicos principalmente por la venta recurrente de Información (por concepto de 'afiliaciones' y 'mensualidades'). Está previsto que el SIA genere Ingresos adicionales por las 'asesorías' generadas y resueltas por el mismo medio **INTERNET**, así como por la 'venta de productos' a consumidores finales del interior y exterior del País (**B2C**), y por 'comisiones de terceros' (**B2B**) por servicios de 'intermediación' por la venta de productos entre terceras entidades comerciales. Por otra parte, se ha previsto que el SIA debe producir Ingresos económicos adicionales por concepto de 'publicidad'.

A continuación resumimos los conceptos de Ingresos del SIA:

#### INGRESOS BÁSICOS:

Por 'asesorías' (una sola vez);

Por 'mensualidades' (a lo largo de la afiliación del usuario al Sistema);

#### INGRESOS COMPLEMENTARIOS:

Por 'consultorías' ('asesorías' puntuales);

Por 'venta de productos' (**B2C**);

Por 'comisiones de terceros' (**B2B**);

#### INGRESOS NO OPERATIVOS COMPLEMENTARIOS:

Por 'publicidad' (de 'terceras entidades', por promociones en el medio SIA);

Los Ingresos del SIA, particularmente los **Ingresos por los conceptos de 'afiliación' y 'mensualidad'**, estrictamente para la venta de los **servicios de Información**, se han establecido de acuerdo con los resultados del Estudio de Demanda y Potencial realizado por nuestra Firma entre Octubre y Diciembre del año 2000.

Los Ingresos por concepto de 'asesorías' a través del SIA (Internet), se han calculado a partir de los resultados del Estudio Cuantitativo (que hace parte del Estudio de Demanda y Potencial señalado). Finalmente, los resultados de estimados de Ingresos por concepto de B2B y B2C se han basado en datos de fuentes secundarias recopilados durante el Estudio, igual para el cálculo de los Ingresos potenciales por 'publicidad'.

### 2.3. Descripción general de los Egresos del SIA.

El Sistema Integrado de Asesoramiento para la Artesanía, SIA, presenta la siguiente estructura de 'costos', que hemos separado en dos grandes rubros. Por una parte los Egresos que corresponden al Estudio de DEMANDA, el DISEÑO, el DESARROLLO e IMPLEMENTACION del Sistema (en un período de cuatro años), y, segundo, los 'gastos' que corresponden a la 'operación' corriente del Sistema:

#### 2.3.1. Costos de Diseño, Desarrollo e Implementación.

Para el Diseño, Desarrollo e Implementación del SIA se ha previsto la Inversión conjunta entre el BANCO INTERAMERIANO DE DESARROLLO y ARTESANIAS DE COLOMBIA, por un monto total de **US\$. 730,000 (setecientos treinta mil dólares)**, tal como aparece en el Cuadro de la página siguiente. A continuación destacamos los principales rubros de 'egresos' que se han establecido para el Montaje propiamente dicho del SIA:

- Por Estudios para determinar la **demanda potencial**.
- Por estudios para la **definición del sistema y requerimientos de Información**.
- Por el **Diseño y Desarrollo**.
- Por el **Asesoramiento Especializado**.
- Para la **Coordinación y Administración**.
- Para **Evaluaciones Intermedias** (una vez en los primeros tres años).

La Inversión total por el concepto de Montaje del SIA estará repartida, **US\$.480,000** a cargo de **ARTESANIAS DE COLOMBIA** y **US\$.250,000** a cargo del **BID**, egresos que se realizarán durante un período de cuatro (4) años, y que incluye las actividades siguientes:

- Estudios de Sinergias, Alianzas Estratégicas, Definición del Portafolio de Servicios.
- Consultoría en Sistemas, Diseño técnico del SIA, desarrollo de Pliegos de Especificaciones.
- Desarrollo del Software, **BDD**, y Servicios del SIA.
- Estudios para la compra de los Equipos del SIA.
- Capacitación de Artesanías para la Administración del SIA.
- Capacitación Integral en los Laboratorios de Diseño.
- Diseño y Compra de Material Impreso para los Laboratorios de Diseño.
- Realización de Talleres y 'sesiones de grupo'.

## ARTESANIAS DE COLOMBIA

Igualmente, los aportes para el Montaje del SIA incluyen gastos para un período de cuatro (4) años por conceptos de **Honorarios** (Coordinador, Operador, Comercialización, y los Especialistas en Sistemas, y otro personal del **ARTESANIAS DE COLOMBIA**), para la **Promoción**, y **Mantenimiento**, además de otros gastos propiamente operativos de los primeros cuatro años (como lo anotamos arriba, la Inversión para el Montaje del SIA se ha definido conjuntamente entre el **BID** y **ARTESANIAS DE COLOMBIA** como aparece en el Anexo #1).

### 2.3.2. Costos de Operación.

Los 'gastos' de Operación representan los egresos para el desarrollo comercial 'normal' del SIA a partir del cuarto (4) año de operaciones, e incluye los rubros siguientes:

- Coordinador.
- Operador Central.
- Especialista en Comercialización .
- Especialista en Sistemas (de Internet y Laboratorios).
- Arrendamiento de Servidores.
- Por Acceso a Internet.
- Por Mantenimiento.
- Honorarios Personal de **ARTESANIAS DE COLOMBIA**.
- Por Compra de Materiales de Trabajo.
- Por Capacitación Diseñadores.

A partir del año quinto (5), los '**gastos de operación**' proyectados que corresponden a los rubros anteriores suman entre **US\$. 80.000-82,000** dólares año, de acuerdo con los montos de Inversión previamente determinados por **ARTESANIAS DE COLOMBIA** (tal como aparece en el Anexo #2).

### Capítulo 3; Viabilidad Económica del SIA.

#### 3.1. Características Comerciales del SIA.

De acuerdo con los resultados del Estudio de POTENCIAL del SIA (Feb. 2001), un SISTEMA DE INFORMACIÓN de interés para los cinco GRUPOS OBJETIVO ('los Artesanos Productores, Comercializadores locales y Exportadores, las Asociaciones y grupos de 'Personas y Entidades relacionadas') estaría definido de la siguiente forma:

**ES UN SISTEMA DE INFORMACIÓN ORIENTADO A QUE GRUPOS DE USUARIOS POTENCIALES (Artesanos Productores, Comercializadores locales, Exportadores, y otras 'personas relacionadas'), TENGAN ACCESO POR EL MEDIO INTERNET A INFORMACIÓN ESPECIALIZADA DEL SECTOR ARTESANAL ('actualizada semanalmente'), Y QUE EN SUS FORMAS DE PRESENTACIÓN PUEDA SER UTILIZADA DE MANERA ESPECIAL PARA LA BUSQUEDA DE NUEVOS MERCADOS Y CONSECUICIÓN DE NUEVOS CLIENTES, INCLUYENDO ACCESO A INFORMACIÓN DE APOYO PARA PODER HACER VENTAS EN ESTOS NUEVOS MERCADOS DE DEMANDA.**

En los Cuadros siguientes resumimos las principales características que debe reunir un Sistema de Información de interés para cada uno de los GRUPOS OBJETIVO de interés:

**Cuadro #3.1. CARACTERISTICAS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN (SIA). -  
ARTESANOS PRODUCTORES (1) (2);**

Tipo de Información	BOGOTÁ /CUNDIN	EJE CAF.	COSTA/ BOYACA	PASTO/ NARIÑO
1 Comercialización / Mercadeo	33-35%	39-41%	33-35%	24-26%
2 Ferias y Eventos Comerciales	40-42%	23-35%	16-18%	13-15%
3 Para Ubicar nuevos Clientes	20-22%	25-27%	21-23%	18-20%
4 Innovación de Diseños y	24-20%	18-22%	18-22%	20-24%
5 Trámites de Exportación	16-18%	12-14%	17-19%	17-19%

(1) FUENTE: Estudio Cuantitativo CICO (2000); (2) Respuestas múltiples;

Las **necesidades actuales** de Información de ARTESANOS PRODUCTORES giran alrededor de la 'búsqueda de nuevos Clientes' (tanto locales como del exterior), principal característica que debe tener un SISTEMA DE INFORMACIÓN que sea de alto interés para estos grupos de actores del Sector. En segundo lugar, el Sistema de debe poder ser utilizado para el 'mejoramiento' de los productos actuales (y para la capacitación en 'diseños', y mejoramiento de la 'calidad' de los productos finales).

Cuadro #3.2. CARACTERISTICAS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN (SIA). -  
COMERCIALIZADORES Y EXPORTADORES (1) (2);

	Tipo de Información	Comercializ.	Export.
1	Información sobre Artesanos Productores	40-44%	42-46%
2	Información sobre Productos (muestras, precios, etc.)	28-32%	12-16%
3	Información para Ubicar Clientes/Comercialización	30-34%	44-48%
4	Información sobre nuevas Tendencias del Mercado	14-18%	8-12%
5	Información sobre Trámites de Exportación	10-14%	12-16%

(1) FUENTE: Estudio Cuantitativo CICO (2000); (2) Respuestas múltiples;

Para los grupos de **COMERCIALIZADORES** es particularmente importante que el **SIA** ofrezca información “sobre proveedores y sus productos” (Bases de Datos de los Productores y ‘muestras’ de productos, información sobre capacidad de producción de Productores, y otros), mientras que para los **COMERCIALIZADORES LOCALES** y **EXPORTADORES**, tal como se presenta en el Cuadro anterior, es primordial la Información sobre ‘disponibilidad de productos’, ‘catálogos’, las ‘características de capacidad de producción’ de productores, también “para abrir nuevos mercados en el exterior”, y de “apoyo para exportar” (Información sobre fuentes de ‘financiación’, sobre ‘procedimientos de exportación’, ‘mercados preferenciales’, y ‘apoyo para el cumplimiento de requisitos legales locales y de los mercados de interés’).

Cuadro #3.3. PRINCIPALES VENTAJAS PERCIBIDAS DEL SIA; -  
PERSONAS Y ENTIDADES RELACIONADAS (1) (2);

	Principales ventajas del SIA	Personas	Entidades
1	Comercialización /Mercado /Clientes	44-48%	30-34%
2	Aumentar la Producción	10-14%	18-22%
3	Información sobre Ferias y Eventos Comerciales	14-18%	14-18%
4	Información sobre Materias Primas	14-18%	6-10%
5	Información para apoyar la Exportación	6-10%	8-12%
6	Información para el Mejoramiento de la Empresa	6-10%	8-12%
7	Información para mejorar la Competitividad	4-8%	8-12%

(1) FUENTE: Estudio Cuantitativo CICO (2000); (2) Respuestas múltiples;

Los resultados anteriores son **consistentes** con los resultados de la evaluación del Concepto **SIA** por los **ARTESANOS PRODUCTORES**. Los grupos de **PERSONAS RELACIONADAS** de la ‘muestra’ reportan como principales ‘ventajas’ del **SIA** los atributos de apoyo a la **comercialización**.

Las principales respuestas del Cuadro anterior sugieren que existe la necesidad de tener **Información que apoye la Comercialización** de Productos (tanto en el País como en el exterior), información sobre Mercados en los que sea posible vender los productos (para lo que ellos destacan los aspectos de ‘técnica’ y de ‘diseño’).

Los resultados anteriores también parecen **ser consistentes** con los resultados de los **COMERCIALIZADORES LOCALES** y los **EXPORTADORES**, en el sentido que la ‘necesidad’ de Información de una parte importante de ‘actores’ del Sector Artesanal del País es **dependiente** de las características y de las condiciones de la ‘demanda’

(local y del exterior). De acuerdo con lo reportado por todos los grupos de actores entrevistados, asuntos como el 'diseño de nuevos productos', 'tendencias de la moda', las 'tecnologías de producción', y, de manera general, la 'capacitación', están actualmente subordinados a la condiciones de la 'demanda', y se espera que la 'oferta' de Información (y el SIA), cumpla con la función de apoyo para poder encontrar nuevos mercados (internos y externos), y 'facilitar' la comercialización.

### 3.2. Características Comerciales para el éxito del SIA.

Los usuarios potenciales de los GRUPOS OBJETIVO seleccionados para el Estudio definen con claridad un conjunto de características diferenciadoras del SIA por INTERNET y que justifican la inversión en el SIA (y componen el 'modelo' del SIA descrito arriba), las que se suman al grupo de 'factores' de mercado para establecer el potencial de demanda del SIA y que aparecen el Cuadro siguiente:

**Cuadro #3.4. CARACTERÍSTICAS QUE JUSTIFICAN LA INVERSION EN EL SIA POR INTERNET. TODOS LOS GRUPOS OBJETIVO DEL ESTUDIO;**

Características que justifican la Inversión en el SIA	
1	Información ORIGINAL
2	Actualizado por lo menos semanalmente (inclusive sobre la base 'día a día')
3	Información adecuada para las necesidades propias ('pueda ser personalizada')
4	Información 'integral', para todos los 'actores' del Sector (original)
5	Información 'integral', para todas las 'áreas' del Sector (diseño, calidad,
6	Información exacta, rápida/oportuna, veraz/confiable, mucha cantidad.
7	Que la información tenga 'valor agregado' (sea depurada, esté completa)
8	Que sea de amplio cubrimiento y fácil acceso ('para todos')
9	Que los costos para el Artesano Productor sean 'bajos'

Del Cuadro anterior, el atributo que le da mayor valor agregado al SIA, y por lo mismo representaría una de sus principales bases para su comercialización exitosa entre los GRUPOS OBJETIVO del Estudio es que "la información sea original" y "actualizada" (en términos de 'día a día'). En segundo lugar, el Sistema debe estar en la capacidad de ofrecer medios para 'adaptarse a las 'necesidades particulares' de los diferentes grupos de 'actores' del Sector.

### 3.3. Potencial de Demanda del SIA.

En los Cuadros siguiente presentamos los resultados de potencial de demanda del Sistema de Información SIA propuesto por ARTESANIAS DE COLOMBIA para los diferentes Sectores objetivo ('caso medio'):



ARTESANIAS DE COLOMBIA

Cuadro #3.5. POTENCIAL DE DEMANDA DEL SIA POR INTERNET (en unidades). -  
ARTESANOS PRODUCTORES ('jefes de taller');

Artisanos Productores Por nivel de Ingresos	Bogotá/ Cund.	Eje Cafetero	Costa/ Boyacá	Pasto/ Nariño	Total
Ingresos menores a \$600,000					
Potencial de Demanda	25-30	5-10	2-6	8-12	45-50
Ingresos mayores a \$600,000					
Potencial de Demanda	120-140	35-40	10-15	20-25	200-220
TOTAL POTENCIAL 4 Zonas	150-160	44-48	14-18	30-35	250-260
TOTAL POTENCIAL resto Pais					35-40
TOTAL POTENCIAL PAIS					280-300

Los resultados anteriores corresponden al 'caso medio' del potencial de demanda del SIA entre los ARTESANOS PRODUCTORES, para las condiciones actuales, y para los primeros dieciocho-veinticuatro (18-24) meses a partir de 'su salida efectiva al Mercado' (a partir de la fecha de la primera promoción masiva del Servicio entre usuarios potenciales una vez en el 100 por ciento de su capacidad de operación).

Cuadro #3.6. POTENCIAL DE DEMANDA DEL SIA POR INTERNET (en unidades). -  
COMERCIALIZADORES LOCALES y EXPORTADORES.

Por nivel de Ingresos	Comercializadores	Exportadores	Total
Ingresos menores a \$600,000	Unidades	Unidades	Unidades
Potencial de Demanda	0	0	0
Ingresos mayores a \$600,000			
Potencial de Demanda	40-70	15-25 (*)	60-90
TOTAL POTENCIAL	45-65	15-25 (*)	60-90
TOTAL POTENCIAL resto Pais	4-6	4-6	8-12
TOTAL POTENCIAL PAIS			70-100

Los resultados anteriores corresponden al 'caso medio' de potencial de demanda del SIA entre los grupos de COMERCIALIZADORES LOCALES y EXPORTADORES seleccionados para el Estudio, para las condiciones actuales, y para los primeros dieciocho-veinticuatro (18-24) meses a partir de 'su salida al Mercado' (a partir de la fecha de la primera promoción masiva del Servicio entre usuarios potenciales).

Cuadro 3.7. POTENCIAL DE DEMANDA DEL SIA POR INTERNET (en unidades). -  
ASOCIACIONES Y ENTIDADES/PERSONAS RELACIONADAS;

Por nivel de Ingresos	Personas Relacionadas	Entidades Relacionadas	Total
Ingresos menores a \$600,000	Unidades	Unidades	Unidades
Potencial de Demanda	0	0	0
Ingresos mayores a \$600,000			
Potencial de Demanda	20-30	30-40	50-70
POTENCIAL TOTAL PAIS	20-30	30-40	50-70

Los resultados del Cuadro anterior corresponden al 'caso medio' de potencial de demanda del SIA entre los grupos de ASOCIACIONES y ENTIDADES/PERSONAS

**RELACIONADAS** con el Sector **ARTESANAL** del País para las condiciones actuales y para los primeros dieciocho-veinticuatro (18-24) meses a partir de 'su salida al Mercado' (a partir de la fecha de la primera **promoción masiva** del Servicio entre usuarios potenciales).

### 3.4. Criterios de Ingresos Básicos del SIA.

En el Cuadro siguiente presentamos los resultados del Estudio de **POTENCIAL** del SIA con respecto a los valores de 'afiliación' y 'mensualidad' base para establecer los valores más convenientes para el lanzamiento del Sistema entre los **ARTESANOS PRODUCTORES** del País:

**Cuadro #3.8. VALOR PAGADO POR AFILIACIÓN A UNA ORGANIZACIÓN. TODOS LOS GRUPOS OBJETIVO. TOTALES POR CIUDAD (1);**

ZONAS DE ESTUDIO		Promedio Valor pagado Afiliación	Promedio Valor Mensualidad
1	Bogotá / Cundinamarca	\$ 58,000-62,000	\$ 25,000-40,000
2	Eje Cafetero	\$ 18,000-22,000	\$ 20,000-30,000
3	Costa / Boyacá	\$ 34,000-38,000	\$ 20,000-30,000
4	Pasto	\$ 33,000-37,000	\$ 20,000-30,000

(1) FUENTE: Estudio Cuantitativo CICO (2000);

Las 'afiliaciones' más costosas reportadas fueron las **CAMARAS DE COMERCIO** locales (desde \$.45,000 Eje Cafetero y \$.93,000 Bogotá). Las 'afiliaciones' de las Asociaciones locales son de menor valor (desde \$.15,000 hasta \$.40,000). Por otra parte, los gastos por 'mensualidad' se reportaron entre \$.25,000-40,000 en Bogotá, sólo un poco más bajo (\$20,000-30,000), promedio en las demás zonas de estudio.

Entre los Grupos de **PERSONAS RELACIONADAS** que reportaron estar afiliados actualmente a una Entidad, 68-72 por ciento y 46-50 por ciento reportaron haber pagado entre \$.40,000-55,000 por concepto de 'afiliación' (las 'más costosas' son las CdC).

Igualmente, entre **36-40 por ciento** de **PERSONAS RELACIONADAS** que tienen vigente la 'afiliación' a algún tipo de Asociación reportaron estar pagando 'un valor adicional'. La 'frecuencia' de este pago es mayoritariamente **mensual** (68-74%), con valores entre \$.35,000 y \$.60,000.

Sobre la base de los resultados anteriores sobre 'gastos' actuales de los diferentes actores del Sector que componen los **GRUPOS OBJETIVO** del SIA, y los resultados del Estudio Cuantitativo en lo que se refiere a la 'intención de compra' y los 'valores esperados' por conceptos de 'afiliación' y 'acceso mensual al SIA', en el Cuadro siguiente presentamos un resumen de los valores que se han tomado como Ingresos Básicos para los modelos de **proyección y evaluación económica** del SIA.

**Cuadro #3.9. CRITERIOS DE INGRESOS DEL SIA. AFILIACIÓN Y MENSUALIDAD -  
ARTESANOS PRODUCTORES, COMERCIALIZADORES Y EXPORTADORES;**

TIPO DE INGRESO DEL SIA	CASO 'ALTO'	CASO 'MEDIO'	CASO 'BAJO'
<b>POR AFILIACIÓN</b>	\$ 60,500	\$ 55,000	\$ 47,850
<b>POR MENSUALIDAD</b>	\$ 24,200	\$ 22,000	\$ 19,140

Igualmente, en los Cuadros siguiente presentamos las proyecciones de 'abonados' al SIA para los principales **GRUPOS OBJETIVO** del Sistema:

**Cuadro #3.10. CRITERIOS DE INGRESOS DEL SIAPROYECCIONES DE ABONADOS -  
ARTESANOS PRODUCTORES;**

TIPO DE INGRESO	CASO 'ALTO'	CASO 'MEDIO'	CASO 'BAJO'
<b>POR AFILIACIÓN AL SIA</b>			
AÑO 1	176	160	139
AÑO 2	165	150	131
AÑO 3	176	160	139
AÑO 4	198	180	157
<b>TOTALES</b>	715	650	566
<b>POR MENSUALIDAD</b>			
AÑO 1	176	160	139
AÑO 2	341	310	270
AÑO 3	517	470	409
AÑO 4	715	650	566

**Cuadro #3.11. CRITERIOS DE INGRESOS DEL SIAPROYECCIONES DE ABONADOS -  
COMERCIALIZADORES LOCALES Y EXPORTADORES; (1)**

TIPO DE INGRESO	CASO 'ALTO'	CASO 'MEDIO'	CASO 'BAJO'
<b>POR AFILIACIÓN AL SIA</b>			
AÑO 1	64	58	50
AÑO 2	64	58	51
AÑO 3	27	25	22
AÑO 4	28	25	21
<b>TOTALES</b>	184	166	144
<b>POR MENSUALIDAD</b>			
AÑO 1	64	58	50
AÑO 2	128	116	101
AÑO 3	155	141	123
AÑO 4	184	166	144

(1) Incluye 'compradores del exterior';

En los Cuadros siguientes presentamos los valores de ingresos proyectados por 'afiliación' y 'mensualidad' para los grupos de las ASOCIACIONES y PERSONAS/ ENTIDADES RELACIONADAS con el Sector:

Cuadro #3.12. CRITERIOS DE INGRESOS DEL SIA. AFILIACIÓN Y MENSUALIDAD - ASOCIACIONES Y PERSONAS / ENTIDADES RELACIONADAS;

TIPO DE INGRESO	CASO 'ALTO'	CASO 'MEDIO'	CASO 'BAJO'
POR AFILIACIÓN AL SIA	\$ 78,650	\$ 71,500	\$ 62,200
POR MENSUALIDAD	\$ 33,000	\$ 30,000	\$ 26,100

Igualmente, en los Cuadros siguiente presentamos las proyecciones de 'abonados' al SIA para los principales GRUPOS OBJETIVO del Sistema:

Cuadro #3.13. CRITERIOS DE INGRESOS DEL SIAPROYECCIONES DE ABONADOS - ASOCIACIONES Y PERSONAS/ENTIDADES RELACIONADAS;

TIPO DE INGRESO	CASO 'ALTO'	CASO 'MEDIO'	CASO 'BAJO'
POR AFILIACIÓN AL SIA			
AÑO 1	33	30	26
AÑO 2	22	20	18
AÑO 3	16	15	13
AÑO 4	17	15	13
TOTALES	88	80	70
POR MENSUALIDAD			
AÑO 1	33	30	26
AÑO 2	55	50	44
AÑO 3	71	65	57
AÑO 4	88	80	70

### 3.5. Criterios de Ingresos Complementarios del SIA.

Tal como lo presentamos en el Capítulo # 2, el SIA tiene un grupo de conceptos de ingresos 'no operativos' que hemos llamado 'complementarios' y que describimos a continuación:

#### INGRESOS COMPLEMENTARIOS:

Por 'asesorías' ('asesorías' puntuales);

Por 'venta de productos' (B2C);

Por 'comisiones de terceros' (B2B);

#### INGRESOS NO OPERATIVOS COMPLEMENTARIOS:

Por 'publicidad' (de 'terceras entidades', por promociones en el medio SIA);

#### INGRESOS COMPLEMENTARIOS:

Los ingresos netos por 'asesorías' para el caso 'medio' del primer año de todos los grupos objetivo se han calculado sobre una base 'conservadora', como se presenta en el Cuadro siguiente:

**Cuadro #3.14. CRITERIOS DE INGRESOS DEL SIA. POR ASESORIAS -  
BASE PRIMER AÑO; TODOS LOS GRUPOS OBJETIVO;**

GRUPO OBJETIVO	CASO 'ALTO'	CASO 'MEDIO'	CASO 'BAJO'
ARTESANOS PRODUCTORES	US\$. 1,000	US\$. 950	US\$. 900
COMERCIALIZADORES	NO	NO	NO
EXPORTADORES	NO	NO	NO
PERSONAS / ENTIDADES REL.	NO	NO	NO

Las cifras anteriores están validadas por los resultados del Estudio Cuantitativo, lo que a la vez permite que los extremos de los rangos entre los tres escenarios posibles no tengan una separación muy grande (10-12 por ciento entre las dos cifras). Por otra parte, no se han calculado ingresos por concepto de 'asesorías' para los grupos de **COMERCIALIZADORES** y **EXPORTADORES** (en la medida que **PROEXPORT** tiene servicios especializados que el Estudio sugiere no competir durante los primeros años de desarrollo del Sistema), tampoco para el grupo **PERSONAS** y **ENTIDADES** relacionadas del Sector.

Los **ingresos netos por 'venta de productos'** (B2C) para el caso 'medio' del primer año de todos los grupos objetivo se han calculado sobre una base de veinticinco (25) por ciento del valor total de las ventas de Productos por Internet directamente del Sistema al consumidor final (local o del exterior), lo que representa una base de **US\$. 1,400-1,600**. La referencia para el cálculo de esta cifra fueron resultados de meses recientes de medios locales (de 'tiendas al por menor'), aun cuando bien por debajo de las que fueron reportadas.

## **Capítulo 4; Resultados de la Viabilidad Económica del SIA.**

### **4.1. Viabilidad Financiera del SIA CASO 'MEDIO'.**

## **Capítulo 5; Conclusiones.**

1. Los **Ingresos por concepto de 'afiliaciones'** y **'mensualidades'** para todos los **grupos objetivo** están soportados por los resultados finales del Estudio de **DEMANDA** de Diciembre del 2000.
2. Los **Ingresos por concepto de 'asesorías'** para el grupo de **ARTESANOS PRODUCTORES** están soportados por los resultados del Estudio Cuantitativo de Diciembre del 2000. No se han considerado ingresos por 'asesorías' para los **COMERCIALIZADORES LOCALES**, **EXPORTADORES** y las **PERSONAS** y **ENTIDADES** que están relacionadas con el Sector **ARTESANAL** del País, lo que representa dejar abierta a partir del año 3-4 de desarrollo del Sistema un rubro de ingresos potencial que debe ayudar al éxito económico del Proyecto.

3. **Ingresos por concepto de 'ventas directas a consumidor final' (B2C).** La base para el cálculo de ingresos netos del Caso 'medio' por este concepto para el primer año de operación del Sistema está en 25 por ciento ('utilidad neta'), de **US\$, 1,400-1,800 anuales, entre US\$. 120-135 mensuales**, cifras muy por debajo de las referencias analizadas durante el Estudio, y que deja abierto un rubro de ingresos potencial importante para al éxito económico del Proyecto.
4. **Los Ingresos por concepto de 'ventas entre empresas' (B2B).** La base para el cálculo de ingresos netos del Caso 'medio' por este concepto para el primer año del Sistema es 2.0 por ciento ('utilidad neta') de un volumen aproximado de ventas anuales a través del Sistema de **US\$, 38,000-42,000, US\$. 3,200-3,400 mensuales** (entre 7-8 millones de pesos mensuales calculados al valor actual del dólar americano), cifras que son menores de las de referencia que se analizaron durante el Estudio, por lo que se deja abierto igualmente un rubro de ingresos de gran potencial para al éxito económico del Proyecto.
5. No hay referencias validadas con suficiente tiempo de operación para las cifras de los negocios de **B2B** y **B2C**. Las cifras analizadas durante el Estudio son muy variables, y de poca trayectoria para poder hacer proyecciones válidas. No obstante, sí parece que las cifras definidas para los Modelos de Proyección de Ingresos son 'conservadoras', y dejan abierto rubros de Ingresos que durante el desarrollo comercial del **SIA** deben apoyar el éxito económico del Proyecto.
- 6.