



CONVENIO ARTESANIAS DE COLOMBIA – PROEXPORT

MEMORIAS
Diplomado Programa de Producción y Comercialización en el
Municipio de Raquira.

Contratista:

UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA
MINISTERIO DE EDUCACION



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA

IGNACIO GAITAN
Gte. General Fundación para el Desarrollo
Universidad Sergio Arboleda.

NATALIA IRAGORRI P. Directora
Expopyme Artesanías Universidad
Sergio Arboleda.

Bogotá, Diciembre 2002

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. RESEÑA HISTÓRICA “RÁQUIRA”
- 1.2. DESARROLLO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXPORTADORA.

2. PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

- 2.1. OBJETIVOS
- 2.2. METODOLOGÍA DEL PROGRAMA
- 2.3. MODULOS
 - 2.3.1. Modulo 1: Habilidades gerenciales
 - 2.3.2. Módulo 2: Costos.
 - 2.3.3. Módulo 3: Comercialización Internacional.
 - 2.3.4. Módulo 4: Diseño.
 - 2.3.5. Módulo 5: Negociación.
 - 2.3.6. Módulo 6: Logística
 - 2.3.7. Módulo 7: Comercialización.

3. MISIÓN RÁQUIRA.

4. VISIÓN RÁQUIRA.

5. DESARROLLO DEL PROGRAMA

- 5.1. MODULO I. HABILIDADES GERENCIALES
- 5.2. MODULO I. PLANEACIÓN FINANCIERA
- 5.3. MODULO II. COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
- 5.4. MODULO I. COMERCIO INTERNACIONAL
- 5.5. MODULO V. NEGOCIACIÓN
- 5.6. MODULO VI. LOGISTICA

1. INTRODUCCIÓN

1.1. RESEÑA HISTÓRICA “RÁQUIRA”

En lengua Chibcha significa “ **donde viven los que trabajan el barro** ”, esta localizada en el departamento de Boyacá a 2.150 metros de altura sobre el nivel del mar con una temperatura media de 17°C.

Las artesanías de Ráquira son productos hechos a mano donde los artesanos plasman sus pequeñas figuras que se hacen grandes adornos, móviles y decorativas son esas piezas que no pueden faltar en la buena decoración de los lugares más preciados.

Los artesanos de Ráquira trabajan en sus casas, los talleres disponen de un sitio para almacenar el barro, un hoyo con agua en el patio para mojarlo, un lugar cubierto para moldearlo, otra parte del patio para el secado, uno o dos hornos y un lugar para almacenar la loza.

Los hogares raquireños son esas pequeñas empresas que aportan un pequeño grano de arena para que la economía de su región crezca y este bello municipio no pierda tan esmerada tradición que por muchas generaciones se ha construido y que hoy tiene tanto valor en mercados nacionales e internacionales.

La economía está basada en la alfarería. Los objetos en cerámica tales como ollas, materas, cacerolas, decorativos y los floreros entre otros que son de gran admiración en los mercados.

Las artesanías de Ráquira han ido poco a poco atrayendo al público comprador, contribuyendo a los artesanos a tomar una mayor conciencia de la importancia de su labor como profesión para ocupar el lugar que le corresponde dentro de la sociedad.

1.2. DESARROLLO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EXPORTADORA

Las artesanías constituyen una genuina expresión de la identidad cultural de los pueblos. Las artesanías son diversas y comprenden una enorme diversidad de productos. Una vez que se han organizado mercados de exportación, los países productores pueden contar con mayores ingresos de divisas. El desarrollo de productos y mercados de artesanías impulsan, mantienen y acrecienta la autonomía de los artesanos.

La apertura de los mercados significa la apertura de “CAMPOS DE BATALLA”, en que los participantes se ven obligados a ofrecer el mejor precio con la mejor calidad para poder competir con éxito.

Las artesanías exclusivas y de gran calidad, exigen una producción con la alta intensidad de mano de obra y suelen tener una apariencia excelente de mano de obra que resultan más aptas para el segmento superior del mercado. Las condiciones de precio que ofrecen esos mercados tienden a ser más adecuadas al costo de producción.

El interés por las técnicas artesanales y los diseños de países en desarrollo permiten una mayor explotación de los países productores.

Esto constituye el suministro de capacitación adecuada, asistencia técnica y la información como gestión empresarial, producción y mercados.

1.2.1. OBJETIVO DEL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES

Seguir los distintos mecanismos que permitan penetrar en el mercado extranjero y desarrollar actividades comerciales en el exterior.

Ayudar a los artesanos a exponer, promover y colocar sus productos en el mercado internacional, mediante una descripción de nuevos medios de comercialización este documento procura introducir nuevos instrumentos en la industria artesanal.

1.2.2. LOS PRODUCTOS ARTESANALES

EL PASADO

En tiempos antiguos todos los objetos se hacían a mano y se producían con fines de uso, y de decoración.

En la época del renacimiento tenía una distinción por las bellas artes.

En la revolución industrial se distinguió las artesanías de los productos industriales.

En los primeros años del siglo XIX, se producían versiones realizadas a maquina de artesanías textiles, y se disminuyo las artesanías hechas a mano y sometió a los artesanos problemas económicos.

Y a mediados de este siglo los artesanos de los países en desarrollo tenían problemas para competir en un mercado porque estaban abastecidos por productos fabriles de menor costo.

A finales de este siglo el Movimiento de Artes y Artesanías, genera una nueva apreciación de los objetos artesanales.

En el Reino Unido abogaron por un resurgimiento de los gremios artesanales y la renovación del interés por los objetos hechos a mano.

En 1900 hasta el siglo XX, hubo una rebelión contra la mecanización, y contra la explotación del trabajo que la acompañaba.

Después de la segunda guerra mundial se produjo un resurgimiento de diseños populares, aunque carentes de artesanía tradicional.

En 1960, el movimiento "Pop Art" con su insistencia de los materiales sintéticos y el materialismo dio paso a una preferencia por los productos artesanales. En 1970 y 1980, fue una tendencia que persiste en él más duradera y valor práctico.

1.2.3. LA SITUACIÓN EN LOS PAISES DESARROLLADOS

En el pasado el motivo primordial para realizar artesanías en los países desarrollados era la demanda de las personas y las comunidades en que vivían. Las artesanías tradicionales se mantuvieron esencialmente sin cambios hasta hace poco tiempo.

Esta demanda esta impulsada por el deseo de poseer objetos étnicos inusuales, naturales y hechos a mano. Estos factores generaron un auge de la demanda de las artesanías étnicas tradicionales.

1.2.4. TENDENCIAS ACTUALES

Las artesanías en los países de desarrollo pueden comercializarse en los países industrializados porque son de menor precio y llevan una tradición artesanal intrínseca, pero estas aun han estado evolucionando.

Las artesanías tradicionales, se ven alteradas hoy por satisfacer una fuerte demanda y la competencia de artesanías atractivas que salen de cadenas de montaje a menos precio.

“**Los artesanales** son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con la ayuda a herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”.

La Cerámica: Es una técnica hecha a mano o torneado. El horneado se efectúa en un horno abierto.

1.2.5. LOS MERCADOS Y LA COMERCIALIZACION

El grueso de la producción artesanal destinada a la exportación parece concentrarse en Asia sobretodo en Asia Sudorienta. Es menos la importación que proviene de América Latina y de África debido a una infraestructura menos desarrollada.

Para los artesanos es importante escoger sus mercados cuidadosamente, y desarrollar estrategias bien meditadas para alcanzar cada uno.

Tiene que escoger las vías y medios adecuados para la comercialización.

Cada tipo de mercado tiene exigencia diferente, pero todos ellos aprecian la calidad, la apariencia atractiva, la originalidad y el precio razonable.

Los productores necesitan conseguir un nicho de colocación adecuada, que brinde una buena retribución y no exija volúmenes que exceda la capacidad de producción disponible.

El aumento cuantitativo no solo facilita la promoción y las ventas si no que otorga mayor nivel de negociación y fuerza económica.

La dinámica de las organizaciones de los artesanos puede llevar un desarrollo económico y comunitario que puedan impulsarse con la ayuda de programas de cooperación con un alcance de organismos internacionales, bilaterales y no gubernamentales como las organizaciones comerciales no tradicionales.

1.2.6. LA PROMOCION COMERCIAL: ASISTENCIA TÉCNICA Y APOYO A LAS INDUSTRIAS ARTESANALES

El acceso a algunas de las materias primas utilizadas en las artesanías tradicionales, esta restringido ahora, debido en parte a esta situación y a la necesidad de conservar recursos naturales escasos y proteger especies vegetales y animales en peligro de extinción.

Para la generación de ingresos a los artesanos es preciso que la asistencia para el desarrollo de productos y mercados, incluyendo la capacitación en todos los aspectos fundamentales de la industria, den lugar a una expansión del mercado que asegure a los artesanos salarios dignos y un trato equitativo.

Debe asegurarse a los artesanos un acceso directo a los mercados para que puedan reducir su dependencia respecto de los intermediarios y lograr mejores condiciones comerciales en su propio beneficio.

El sistema debe asegurar que la producción artesanal se oriente hacia los mercados y no hacia los productores. Es importante la promoción a favor de un mayor apoyo a esos artesanos y con respecto a la promoción este de un mayor apoyo a los artesanos del sector informal en todas las regiones.

Los medios de difusión también han hecho que la población de los países industrializados adquiriera una conciencia mucho más clara de las culturas tradicionales de otros lugares.

Esos conocimientos y el turismo han dado lugar a una demanda mucho mayor de productos artesanos.

Una mayor demanda significa mayor producción, lo que a su vez obliga a producir mediante maquinas algunas partes de las artesanías.

Para estimular las inversiones en manufacturas e industrias orientadas a la exportación, los países en desarrollo han creado polígonos industriales y han efectuado grandes inversión en la expansión de su infraestructura industrial para atraer nuevas industrias y elaborar productos de exportación con mayor eficacia.

1.2.7. PROGRAMAS DE DESARROLLO INTEGRADOS PARA EL SECTOR ARTESANAL

Los programas de desarrollo integrados han demostrado que son el medio más eficaz para incorporar las actividades artesanales tradicionales en las formas contemporáneas de producción y comercialización.

El mercado debe el punto de partida y de llegada de todo plan destinado al sector artesanal que abarque desde la producción hasta la colocación en el mercado.

En la planificación y ejecución del programa se selecciona unas instituciones como:

Institución de coordinación:

Deberá ser el ministerio de comercio o Industria, con colaboración del ministerio de Hacienda, efectuar la planificación global y suministrar la mayor parte de los recursos financieros del programa.

Organizaciones de promoción comercial (OPC):

Es el principal canalizador de las actividades de investigación y de desarrollo necesarias para poner los productos artesanales en la senda de exportación.

Debe facilitar los esfuerzos de los productores artesanales para lograr el ingreso en los mercados del exterior.

Ministerio de selvicultura, recursos naturales, minería, transportes, turismo y educación:

Debe prestar apoyo y servicio técnicos al sector privado como la capacitación, la producción, la distribución, la garantía de la calidad y el desarrollo, protección y distribución de recursos naturales.

Asociaciones Gremiales:

Deben representar a los artesanos frente a las instituciones y organismos que participan en la planificación y desarrollo de los programas.

Deben actuar como representantes el sector en el diálogo con las autoridades públicas sobre las normas legales que afectan en la producción artesanal y su exportación.

Instituciones de formación:

Son instituciones públicas y privadas empleadas por artesanos, comerciantes y exportadores con fines de capacitación. Deben desarrollar recursos de formación o módulos de institución que atiendan las necesidades propias del sector.

Cámaras de comercio:

Deben vincular a los fabricantes y exportadores nacionales con los otros países. Pueden actuar como instituciones anfitrionas en los programas de formación y de desairo de mercados elaborados con la asociación gremial o la organización de promoción comercial.

Sector Bancario:

Este sector debe tener una importante participación en una estrategia de desarrollo que ponga en juego todos los recursos del País para alcanzar los objetivos de este.

La política bancaria ejerce una importante influencia sobre los fabricantes y exportadores, en cuestión como la capitalización, el crédito a la exportación y las garantías de exportación, la facilitación del comercio, la documentación y otros temas de financiación comercial.

Sector del transporte:

Facilita el transporte a los mercados de exportación.

El sector artesanal se ve favorecida si el sector obtiene fletes y tarifas de manipulación ventajosa.

Otras instituciones:

Las organizaciones no gubernamentales disponen de una experiencia en materia de programas comunitarios que es de mucha utilidad en un plan de desarrollo integrado para el sector artesanal.

El proyecto de desarrollo financiados por organismos internacionales o bilaterales, la organización de promoción comercial suele ser el organismo nacional de ejecución.

1.2.8. ASISTECIA PARA EL COMERCIO

A nivel nacional y regional:

Las organizaciones de promoción comercial fomentan el desarrollo integrado de las exportaciones como un objetivo nacional y cuentan con vinculaciones estrechas con organismos del sector público y del sector privado.

Esos recursos ofrecen el medio para poner en práctica medidas comerciales de gran alcance que prestan apoyo general a las empresas orientadas a la exportación.

La participación del sector privado en la determinación del crecimiento del sector se ha convertido en un medio eficaz para el desarrollo nacional.

También puede obtenerse información de las oficinas exteriores de los ministerios y departamentos gubernamentales.

La promoción del comercio es una actividad permanente de las organizaciones de promoción comercial, que organizan la participación en actividades como las ferias comerciales, exposiciones, misiones de comercialización, ventas y encuentros de vendedores y compradores.

Las organizaciones de promoción asiáticas y africanas han patrocinado la presencia de empresas artesanales en ferias comerciales internacionales de artículos, accesorios decorativos, muebles y artículos para el hogar.

Muchos de estos se iniciaron en la Feria de importaciones de Berlín, que actualmente son llamadas Tiendas de importaciones o en los salones de exposición de la Feria Internacional de Frankfurt.

La mayor parte de las organizaciones de promoción comercial ofrecen a los nuevos exportadores capacitación especializada en aspectos prácticos de comercio sobre la determinación de costos y la fijación de precios de exportación,

las comunidades mercantiles, el embalaje para la exportación, el envasado, el transporte y la elección de representante comercial.

Los programas de asistencia de las organizaciones de promoción comercial a los artesanos y a sus pequeñas y medianas empresas han dado lugar a la expansión de las exportaciones de artesanías.

La oportunidad de responder a importantes pedidos de minoristas del extranjero dio lugar a la fundación de una dinámica organizacional gremial impulsada por el consejo de promoción de las exportaciones de GHANA. Esta constituye un modelo de cooperación entre el sector privado y las autoridades públicas.

A nivel Internacional

La organización de las naciones Unidas para el desarrollo industrial (ONUDI), presta asistencia a los productos artesanales en pequeña escala para utilizar tecnologías adecuadas a fin de mejorar su productividad y la calidad de sus productos.

La organización internacional del trabajo (OTI) fue pionera en el apoyo al desarrollo del sector artesanal, prestando amplias posibilidades de capacitación en materia de producción y gestión.

La comisión de las comunidades europeas se ha sumado al apoyo del sector artesanal.

Las Naciones Unidas (UNESCO, y la de la agricultura y alimentación), han desempeñado funciones en aspectos de desarrollo de las industrias artesanales al

promover la preservación cultural, y contribuir a conservar los recursos naturales y defender los derechos de los artesanos.

También los programas de “pueblo a pueblo”, llevados a cabo por voluntarios han dado una labor de desarrollo a nivel con base que la ha logrado el crecimiento de zonas de producción de artesanías, la comercialización competente de artículos artesanales y la mejorar de la calidad de vida.

1.2.9. PRINCIPALES ASPECTOS DE LA COOPERACIÓN TÉCNICA EN LA PROMOCION COMERCIAL

Panorama general:

La asistencia técnica más eficaz a las industrias artesanales parece ser la suministrada mediante programas de desarrollo integrado que abarcan todas las actividades de apoyo técnico necesarias para lograr una repercusión duradera en las actividades a la que se determine.

El apoyo financiero es un requisito indispensable para la mayoría de las nuevas empresas exportadoras de artesanías.

La oferta:

El desarrollo de una oferta segura de productos artesanales resulta decisivo para el éxito de cualquier esfuerzo de exportación.

Los compradores e importadores de productos artesanales evalúan la cantidad y la calidad de las mercancías que se ofrecen antes de aventurarse a importar.

Para estimar la oferta requieren investigaciones sobre factores tales como la disponibilidad de materiales y de mano de obra y la capacidad de embarque.

Las empresas de mayor volumen pueden estar en condiciones de desplazar la producción de un producto a otro según las exigencias de los compradores y las reacciones del mercado.

Las empresas de menor tamaño se ven limitadas por su reducido número de trabajadores y la carencia de recursos físicos o financieros.

Es preciso evaluar para cualquier importador pueda ver en un grupo de artesanos una fuente de suministros digna de crédito.

Las otras labores que ocupan tiempo de los artesanos repercuten en la planificación de la producción y en la productividad.

Por necesidades se entiende, en este sentido, la suma de dinero que hace falta al artesano para su propia manutención y la de su familia.

La evaluación y el desarrollo de la oferta promovidos por organizaciones del sector público o por organizaciones no gubernamentales deben vincularse estrechamente con las empresas tanto en los países de importación como en los países productores.

Los promotores y comerciantes exitosos de productos artesanales comprenden la importancia de atender las necesidades de los artesanos cuando procuran satisfacer la demanda del mercado.

En la evaluación y desarrollo de la oferta de productos deben tener en cuenta todos los factores que afectan a la producción y la exportación. Antes de formalizar un pedido es preciso examinar y confirmar la disponibilidad de materiales para elaborar los productos.

Debe contarse con artesanos experimentados y la mano de obra auxiliar necesaria, de inmediato o fácilmente.

Hay que tomar en consideración la infraestructura física de apoyo a la exportación al planificar los movimientos de mercancías desde el centro de producción hasta el puerto de embarque.

Promover buenas relaciones entre el proveedor y el Importador:

Deben tener plena conciencia de la necesidad de apoyar el desarrollo de buenas relaciones de trabajo entre los artesanos proveedores, las organizaciones de productos y exportadores, y los importadores.

Las industrias artesanales deben adquirir conciencia no solo del apoyo que puedan obtener del importador, si no también lo que se espera de ellas a cambio del asesoramiento y la ayuda que reciban.

Para los exportadores, la capacidad de realizar proyecciones precisas de los volúmenes de producción será un factor importante para desarrollar relaciones comerciales duraderas con los importadores.

Las empresas dirigidas por artesanos tienen que actuar con realismo en la estimación de sus posibilidades de producción, teniendo en cuenta todos los factores que influyen en su capacidad de producir para los mercados destinatarios y las limitaciones que afectan a los artesanos, las normas y reglamento nacionales, las reglamentaciones de aduana y los transmites de exportación.

El proceso físico de suministro de los productos pueden examinarse conjuntamente por la empresa productora o proveedora y el importador.

Este método se puede usar con microempresas para planificar la producción respondiendo a las oportunidades del mercado y a la demanda.

Los importantes que obtiene artesanías directamente de pequeñas empresas y grupos de producción deben ajustarse a las directrices siguientes para impulsar la corriente de suministro:

- Pagar un precio equitativo por los productos, tomando como guía la demanda local en cuanto a precio pagado por otros compradores o intermediarios por los mismos compradores. Siempre hay que discutir el precio con el proveedor y cerciorarse de que los precios convenidos sean aceptables para la comunidad de artesanos que llevan a cabo la producción.
- Comprobar que este en aplicación un sistema de control de calidad.
- La presentación de muestras que este en el idioma local.
- Organizar con los proveedores un método que se pague una prima por las entregas de mejor calidad y efectuadas puntualmente. La separación de esa prima será conveniente incentivo para mantener la calidad de la producción.
- Organizar los pagos a los proveedores o a los artesanos conforme a un plan que les convenga.
- Ayudara la unidad de producción en la adquisición de materiales. Muchos de los materiales para la producción artesanal pueden obtenerse y prepararse por

personas que no son artesanos, dejando que los artesanos experimentados se concentren totalmente en la producción.

- Examinar la posibilidad de otorgar a los productores un modesto préstamo para la adquisición de los materiales, al comienzo de la producción.
- Compartir con los productores el conocimiento de la forma en que funciona el sistema de importación.
- Estimular la sensibilidad necesaria para permitir que se desarrolle una relación de confianza entre los productores y a los intermediarios comerciales designados por los importadores para ocuparse de los aspectos físicos y administrativos de la exportación.

Importadores que dependen del suministro regular de artesanías pueden lograr éxito desarrollando relaciones de mutuo provecho con los proveedores sobre la base de la confianza. Con la oportunidad de ampliar su participación en el proceso de exportación.

1.2.11. DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN MEDIANTE LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍAS Y TÉCNICAS

Los actuales métodos de producción y los niveles de capacidad técnicas son adecuados para producir mercancías que pueden colocarse sin mucha inversión y equipo de producción.

Los países que exportan artesanías con mas éxitos son os que han determinado tecnologías y técnicas especializadas que hacen falta para la trasmisión desde un nivel de fabricación artesanal hasta la producción semiindustrializada de artículos orientados al consumo y han pueden en práctica programas de desarrollo integrados.

Para la formulación de estrategias es fundamental conocer con exactitud cuales son las tecnologías y técnicas especializadas que se necesita para el sector desarrolle plenamente sus posibilidades industriales.

Las industrias artesanales emplean técnicas que oscilan desde la simple fabricación manual hasta las que requieren equipos complejos para preparar materiales, normalizar la calidad o asegurar que el color o la terminación de las artesanías de calidad se ajusten a las especificaciones de los compradores.

La base de los conocimientos técnicos y métodos tradicionales con que se cuenta para transferir las técnicas artesanales constituyen y un gran valor para promover el crecimiento de la producción y el comercio de artesanías.

Un estudio sobre la situación de la oferta y las técnicas artesanales, podría ofrecer los si mismo, el incentivo y el instrumento necesario para que el sector privado de los países importadores localice y aproveche eficazmente los talentos artesanales excepcionales.

El método menos costoso de creación de empleos consiste en apoyar talentos ya existentes hará ajustar a la demanda. También es fundamental al fácil acceso a las materias primas.

En la actualidad los planificadores reconocen que la reproducción de la experiencia de otros países en materia de exportación puede dar un atajo en el camino del éxito.

Transferencia de tecnología es la importancia de tecnología y conocimientos técnicos mercantiles.

1.2.12. LA DETERMINACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES Y EXIGENCIAS DEL MERCADO.

El exportador necesita planificar los productos que habrá de ofrecer y es preciso determinar cuidadosamente los mercados destinatarios, los nichos de mercado y los clientes. Como el éxito de una empresa dependerá de la medida en que su oferta este orientada por el mercado, será fundamental obtener información básica sobre los mercados que les permite adoptar:

1. Que productos?
2. Que mercados?

Cuanto sea mas la información que se pueda obtener en la etapa inicial sobre que la gente quiere y necesita, mejores serán las posibilidades.

El apoyo a la realización de investigaciones de mercado y pruebas de mercado respecto de productos artesanales, figuran probablemente entre los tipos mas

corrientes de asistencia técnica que prestan las organizaciones de promoción comercial nacionales e internacionales.

El análisis del comercio de un producto comienza con el estudio de las corrientes comerciales sobre la base de estadísticas de comercio nacional e internacional. Uno de los primeros problemas que se encuentran al efectuar este análisis de mercado y de oferta de las artesanías es la falta de codificación arancelaria y de métodos de identificación claros que separen y cuantifiquen los intercambios internacionales de tales productos.

1.2.13. INFORMACIÓN SOBRE MERCADOS

Es importante que las empresas artesanales determinen los mercados que les ofrecen mejores oportunidades y obtengan toda la información posible sobre esos mercados escogidos anteriormente como destinatarios.

Los principales tipos de información necesarios para analizar las oportunidades de mercado y desarrollar un plan de comercialización son:

Vías de distribución y comercialización para los artículos artesanales:

Este permitirá a las empresas artesanales escoger los eventuales clientes con mayor precisión.

La mayor parte de los países tienen vías de comercialización específicas y medios de comercialización para determinados tipos de artículos artesanales.

Factores socioeconómicos, culturales y ambientales:

Ciertos productos son totalmente inadecuados para determinar los mercados.
(Cuando nos son atractivos en otros países.)

Perfil de clientes:

Debe de obtenerse información sobre las características de los eventuales clientes. Después debe tenerse en cuenta el mayor numero posible de características.

Perfil de los competidores:

Un análisis de la competencia permitirá captar mejor las características del mercado y obtener orientación sobre los tipos de artesanías que requieren y las cantidades que necesita como:

La naturaleza de la competencia. La cantidad y el nombre de las empresas que abastecen con productos análogos, como vistas por los compradores y cuales de ellas tienen planes de expansión.

¿Porque han fracasado algunas empresas y otras han tenido éxito?

¿En que forma es posible diferenciar los productos y fijarles precios que den una ventaja competitiva?

¿Que variables de diseño, los colores y la textura se impone en el mercado?

¿Cuales son los ciclos de compra y de operaciones comerciales que es preciso tener en cuenta?

¿Que cantidades pueden producir la competencia, y en que plazos?

Programas de entregas:

El aspirante a proveedor debe determinar los problemas que puedan plantearse en relación con la fijación y los cumplimientos de los plazos de entrega en el mercado que analiza.

Para elaborar las investigaciones de mercado emplean empresas que se ocupan de productos de consumo en masa mediante recursos importantes para la investigación y la comercialización.

Un análisis cuidadoso del mercado habrá de indicar:

Quiénes son y dónde están los clientes, qué productos cuentan con demanda, cómo debe fijarse su precio, y porque tienen importancia la calidad y la regularidad de los productos.

1.2.14. EL MERCADO Y LA SELECCIÓN DE PRODUCTOS

Una vez que los artesanos han comprendido los factores del mercado que aseguran el éxito, pueden emprender la selección definitiva de mercados y productos.

En las primeras etapas de todo esfuerzo de desarrollo puede resultar prudente examinar las posibilidades de los mercados de exportación próximos.

Si una empresa considera la posibilidad de exportar a varios mercados, puede ser conveniente escogerlos de modo que estén geográficamente vinculados. La mecánica de la exportación debería ser más fácil, las misiones de comercialización puede organizarse de modo más conveniente y las similitudes de los mercados facilitarían la solución de problemas como la adaptación de productos, el diseño y la producción.

Los productos que también tienen utilidad práctica se venden mejor que los decorativos.

Los artículos que habitualmente se venden con facilidad son los manufacturados con destreza, útiles, exclusivos, de atractivo estético y de precio razonable.

Una empresa artesanal necesita:

- Determinar los mercados destinatarios y establecer las prioridades entre ellos y las preferencias y exigencias de esos mercados en sus compras.
- Examinar sus propios objetivos y conocimientos técnicos y experiencia en relación con las oportunidades del mercado.
- Examinar las condiciones de venta, cuya comprensión de las limitaciones y oportunidades orientara en las opciones que deben efectuarse.
- Diseñar los productos y establecer su tamaño, precio y presentación en conformidad con las exigencias del mercado respectivo.

1.2.15. APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

El medio mas corriente de apoyo a la promoción en el extranjero, en el caso de las artesanías, es la organización y la financiación parcial de la participación conjunta en ferias comerciales.

Una organización gremial de promoción de las exportaciones de un Pais puede promover o colaborar en la organización de exposiciones que presente un Pais determinado o una región.

El apoyo a la comercialización se presta a menudo a través de la preparación de materiales impresos de promoción, en determinada región artesanal.

El apoyo a la comercialización incluye asesoramiento sobre la elaboración de materiales de promoción de ventas para cada uno de los artesanos participantes y la producción de una guía de comprador organizada por países.

1.2.16. LA CAPACITACION Y EL PERFECCIONAMIENTO TÉCNICO EN EL SECTOR ARTESANAL

El comercio de artesanías pudo tener una repercusión apreciable en la balanza comercial de los países impulso a muchos gobiernos a reparar

Con mayor determinación en las necesidades del sector artesanal, incluyendo las necesidades de capacitación.

La formación de los maestros artesanos es un proceso formal y prolongado que concluye con la obtención de un alto titulo universitario.

La mayor parte de los países necesita programa de asistencia que ofrezca servicios de formación mejores y más amplios, así como capacitación en material de gestión, investigación, diseño y comercialización.

La formación debe impartirse en los niveles primarios, secundario, y superior.

Sería bueno destinar algunos recursos para la enseñanza de técnicas artesanales por artesanos expertos.

El perfil de las necesidades en materia de formación

Cualquier programa a atender las necesidades del sector artesanal debe tener en cuenta los objetivos de los artesanos y la comunidad y las aspiraciones nacionales.

Qué clase de formación?

Los artesanos “tradicionales” son necesarios para tener en cuenta los cambios de las preferencias de los consumidores para los mercados destinatarios, para acrecentar la productividad a fin de responder de la mayor demanda, estos pueden adquirir capacitación complementaria para adaptar sus productos o nuevos mercados o introducir métodos de producción o equipos más complejos en el proceso de fabricación.

Para aprovechamiento de esa demanda.

“ Análisis de las necesidades de formación”: es identificar las necesidades de enseñanza y formación de una industria determinada.

El evaluar el sector artesanal se debe tomar en cuenta todos los factores que afectan a la fabricación y comercialización de las artesanías.

Puntos para el análisis de las necesidades de formación:

- Técnicas de producción.
- Diseño y desarrollo de productos de planificación de la producción.
- Manipulación de materiales, elaboración y tecnología especializada.
- Conocimientos mercantiles, contabilidad y comunicaciones y practicas comerciales.
- Investigación de mercado, comercialización, promoción de ventas y negociación de ventas.
- Fijación de costos y de precios y gestión financiera.
- Preparación para la exportación, expedición, documentación comercial y relaciones publicas.
- Aspectos jurídicos de comercio, derechos de propiedad intelectual.

La experiencia derivada de numerosas programas de desarrollo de las artesanías pone en manifiesto que los artesanos necesitan formación en materia de organización, gestión, producción y comercialización.

Se requiere especialmente información y capacitación sobre:

- Estados financieros.
- Procedimientos contables
- Documentación de exportación
- Procedimientos de embarque para la exportación
- Requisitos legales
- Aranceles

- Restricciones a la importación
- Acuerdos sobre la importación y formas de pago.
- Se requiere formación en materia de investigación de mercados, diseño, y desarrollo de productos, fijación de precios, métodos de promoción, y búsqueda de mercados adecuados, incluyendo los de venta al por mayor, al detal y por correo.

Las empresas de producción artesanal muchas veces fracasan, por que la falta de conocimientos técnicos sobre gestión o porque su actuación no inspira confianza.

Los artesanos necesitan recibir formación necesaria sobre ciertas tareas y comprender su importancia:

- Responder a las cartas.
- Cumplir con los pedidos con rapidez.
- Embalar adecuadamente los productos y asegurarse que no se envíen piezas defectuosas ni diferentes.

En las industrias artesanales las técnicas deben estar solidamente asentadas y deben establecerse sistemas para su conversación y su transferencia a las nuevas generaciones.

Formación para quienes, a cargo de quienes y de que manera:

A nivel de la empresa, la formación debe orientarse a las necesidades de los trabajadores artesanos.

El curso para formación para tales artesanos incluye la capacitación en el empleo de equipo mecánico en pequeña escala, para tener acceso en el futuro.

El conocimiento de procedimientos sencillos de contabilidad para la gestión de los nuevos gastos generales y los gastos de funcionamiento variables, también se requiere capacitación acerca de estos procedimientos.

Las necesidades de formación del sector de las artesanías irán mas allá de las dimensiones del taller o de la empresa del artesano.

Un análisis de necesidades y programas de acción bien elaborada debe abarcar a todos los que participen en la producción y el comercio de artesanías: los artesanos, los intermediarios y los proveedores de insumos necesarios para impulsar el proceso de exportación.

Muchos países necesitan un programa de formación integrado que permita a sus industrias artesanales actuar con competitividad en el mercado internacional.

Una vez que se ha completado un análisis de las necesidades, los planificadores pueden desarrollar programas de acción según las prioridades establecidas por organismos gubernamentales o de planificación.

Los planes de trabajo deben ser realistas en cuanto a los presupuestos previstos y los fondos disponibles para la ejecución.

Debe impartirse información no solo a los artesanos, si no también a todos los que participan en el proceso de exportación, incluyendo a personal de organizaciones no gubernamentales y expertos nacionales instructores, empresas

exportadoras con las que trabajen los artesanos locales, y agentes de despacho y d expedición que trabajen para el sector artesanal.

1.2.17 EXPERIMENTOS SOBRE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE LOS ARTESANOS

Dos de las causas más comunes de los fracasos de los programas son:

- Los gobiernos no estaban en condiciones de mantener instituciones, que no solo requerían el personal y los recursos físicos necesarios, sino también un presupuesto voluminoso para la prestación de asesoramiento y asistencia técnica en todo el país.
- Las organizaciones no lograban atraer o conservar a un personal altamente calificado y experimentado porque no estaban en condiciones de ofrecer los mismos salarios y beneficios que el sector privado.

1.2.18. PROGRAMAS ARTESANALES EXITOSOS

La transferencia de tecnología ha sido durante mucho tiempo un aspecto central de los programas internacionales de desarrollo estos no logran la repercusión no los efectos de la reproducción proyectada a menos que las empresas artesanales participantes tengan un éxito evidente y estén dispuestas a difundir entre otras organizaciones las técnicas y los conocimientos a que han debido su éxito.

2. PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

Ⓢ Gracias a la experiencia y profesionalismo que tiene la Universidad Sergio Arboleda, en los temas relacionados con los programas dirigidos a la capacitación de los artesanos, estamos seguros de poseer el suficiente conocimiento, infraestructura y el mejor recurso humano para el desarrollo y puesta en ejecución del programa en mención.

Ⓢ Tal experiencia está dada por el trabajo desarrollado durante los dos últimos años, en los que hemos tenido la oportunidad de conocer la complejidad del sector y sus necesidades de acceso a los mercados internacionales.

De acuerdo con la experiencia de la FUNDACION BIMA sobre capacitación, Ⓢ adiestramiento, producción y comercialización en diferentes regiones del país, se presenta el proyecto para capacitar a un nutrido grupo de artesanos.

Ⓢ El objetivo es crear un mercado internacional de sus productos y a su vez fomentar la mano de obra campesina que redunde en la creación de nuevos empleos.

1.
OBJETIVOS

1. Consolidar la experiencia de producción artesanal
2. Preparar a un nutrido grupo de artesanos de la región de Ráquira para exportar productos en línea y así obtener precios competitivos y mercados de frecuencia.
3. Obtener mayores utilidades por cantidades y por niveles operativos de administración y mercadeo.
4. Capacitar en diseño de fácil comercialización y aceptación en los mercados internacionales.
5. Capacitar a un grupo de artesanos para que sirvan de multiplicador en las regiones donde habitan para crear y consolidar empresas comunitarias.
6. Capacitar a los 25 artesanos y realizar un Plan de Acción (recomendaciones) de cada uno de ellos al finalizar cada modulo, con el objetivo de hacer un Plan Exportador Regional al finalizar el programa.
7. Obtener a través de la producción y la comercialización, precios de insumos e impuestos o costos de exportación favorables como fomento a la producción artesanal.
8. Apoyar a los artesanos en la elaboración de productos de su origen, con destino a crear un producto de alta calidad.

2. METODOLOGIA DEL PROGRAMA

Consta de un parte teórica y otra práctica, para lo cual el empresario artesanal obtendrá un Plan de Acción (recomendaciones) al final de cada módulo. Adicionalmente se debe construir un Plan Exportador Regional.

3. MODULOS

Módulo 1: Habilidades gerenciales

Módulo 2: Costos.

Módulo 3: Comercialización Internacional.

Módulo 4: Diseño.

Módulo 5: Negociación.

Módulo 6: Logística

Módulo 7: Comercialización.

MODULO I.

HABILIDADES GERENCIALES

Contenido:

- Ⓞ Liderazgo.
- Ⓞ Administración del tiempo.
- Ⓞ Planeación Estratégica.
- Ⓞ Desarrollo planeación.

MODULO II.

COSTOS

Intensidad horaria: 20 horas

Contenido:

- Ⓢ Estructura de costos para la industria artesanal.
- Ⓢ Sistema presupuesto maestro en la industria artesanal, hasta determinar el costo por unidad de producto terminado y utilidad por unidad de producto terminado.
- Ⓢ Análisis financiero.
- Ⓢ Planeación y estructura financiera.

MODULO III.

RÉGIMENES DE COMERCIO EXTERIOR

Contenido:

- Ⓢ Régimen de importación
- Ⓢ Régimen de exportación
- Ⓢ Tránsito aduanero

MODULO III.

COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL.

Contenido:

- Ⓢ Mercado cambiario.
- Ⓢ Importaciones
- Ⓢ Declaración de cambio.
- Ⓢ Mercado libre.
- Ⓢ Exportaciones.
- Ⓢ Comercializadoras internacionales.
- Ⓢ Endeudamiento externo.
- Ⓢ Contratación internacional.

MODULO IV.

DISEÑO

La implementación y desarrollo de este módulo estará a cargo del taller de diseño de artesanías de Colombia.

MODULO V.

NEGOCIACIÓN

Contenido:

- Ⓢ Naturaleza del conflicto.
- Ⓢ Modelo de la doble preocupación.
- Ⓢ Negociación distributiva.
- Ⓢ Negociación integrativa.
- Ⓢ Estrategia de penetración.

MODULO VI.

LOGISTICA

Contenido:

- Ⓢ Los INCOTERMS 2.000
- Ⓢ Procedimientos de contratación.
- Ⓢ Empaques y embalajes.
- Ⓢ La contenedorización como herramienta logística.
- Ⓢ Introducción a los fletamentos.
- Ⓢ Cálculos de logística.

MODULO VII.

COMERCIALIZACIÓN

Realización del Plan Exportador Regional de la línea cerámica en la región de Ráquira.

4. GRUPOS A TRABAJAR

Región de Ráquira (Boyacá).

Concertadas en el comité de selección conformado por:

- 🌐 Universidad Sergio Arboleda.
- 🌐 Proexport.
- 🌐 Artesanías de Colombia
- 🌐 BIMA

5. RESULTADO

Los artesanos se capaciten y adquieran los conocimientos necesarios con asesoría de la UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA para la elaboración de un Plan Exportador Regional con el objetivo de vender las artesanías hechas en la región de Ráquira a los países interesados en fomentar nuestra cultura.

3. MISIÓN RÁQUIRA.

Ráquira tiene como misión capacitar en técnicas para decorar cerámicas, producir y comercializar a nivel nacional e internacional productos de altos estándares de calidad y precio; buscando la satisfacción del cliente, para lo cual ha de mantener productos innovadores que reúnan los requisitos exigidos por el mercado, logrando optimizar el bienestar socioeconómico de sus colaboradores y las utilidades de la empresa.

4. VISIÓN RÁQUIRA.

La visión de Ráquira es capacitar, producir y comercializar sus productos, teniendo un posicionamiento a nivel regional y nacional para llevarlo a nivel internacional; teniendo una producción estable y permanente que genere utilidades no solo en el concepto económico sino también social, creando identidad y sacando a flote la belleza de la cultura Boyacense.

5. DESARROLLO DEL PROGRAMA

5.1. MODULO I. HABILIDADES GERENCIALES

1. INTENSIDAD HORARIA

Teóricas	15 hrs.
Prácticas (asesoría)	22.5 hrs.

2. OBJETIVO

Generar momentos de reflexión individual y grupal que faciliten el autoconocimiento de las fortalezas y oportunidades de mejoramiento, así como la construcción de un plan estratégico de desarrollo personal.

Incorporar al repertorio de habilidades y competencias de los participantes nuevas herramientas mentales y actitudinales que les permitirán desarrollar estrategias y planes conducentes a una mejora en su calidad de vida personal y laboral.

Contribuir más positivamente al logro de los objetivos organizacionales y asumir una actitud proactiva frente a los nuevos retos personales y organizacionales, resultado del nuevo entorno en que se mueven las Agencias de viajes.

Brindar espacios para la práctica de nuevos comportamientos que mejoren la calidad de vida individual y laboral.

3. METODOLOGÍA

Desarrollaremos la unidad con una metodología esencialmente participativa y constructiva, combinando el desarrollo de algunos elementos teóricos.

En la práctica vivencial realizaremos ejercicios de simulación, trabajos en grupos, pruebas individuales y colectivas.

4. MATERIAL DE TRABAJO

Se hizo entrega del material requerido para el desarrollo de los temas a cada uno de los artesanos al inicio del módulo.

5. CONTENIDO DEL MODULO

5.1. GERENCIA ESTRATEGICA

5.2. VISIÓN

5.2.1 CLAVES PARA CONSTRUIR UNA VISIÓN

5.3. MISIÓN

5.3.1. CLAVES PARA CONSTRUIR UNA MISIÓN

5.4. LA MISION EMPRESARIAL

5.4.1. COMPONENTES MISION EMPRESARIAL

5.4.2. OBJETIVOS

5.4.3. OBJETIVOS CORPORATIVOS

5.5. ESTRATEGIAS

5.5.1. FORMULACION DE ESTRATEGIA

5.6. VALORES

5.7. POLÍTICAS

5.8. FORTALEZAS

5.9. DEBILIDADES

5.10. OPORTUNIDADES

5.11. AMENAZAS

5.12. BENEFICIOS

6. DESARROLLO DEL MODULO

6.1. GERENCIA ESTRATEGICA

Es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

La gerencia estratégica puede definirse como la formulación ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos

6.2. VISIÓN

Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su empresa esté dentro de 5 a 10 años

No debe expresarse en números, debe ser comprometedor, amplia, retadora y motivante de tal manera que estimule y promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización

¿Cómo queremos que sea nuestra organización?

¿Cómo imaginamos que debemos ser en un futuro?

¿Cómo queremos que nos vean nuestros clientes y competidores en el futuro?

6.2.1 CLAVES PARA CONSTRUIR UNA VISIÓN

Amplia y Detallada: Debe expresar claramente los logros que esperan alcanzar en el periodo escogido, cubrir todas las áreas actuales y futuras de la organización

Debe ser Realista – Posible: Tiene que ser un sueño posible. Qué queremos que sea nuestra organización

Integradora: Debe ser compartida por su equipo y éste debe darle apoyo

Positiva y Alentadora: Debe ser inspiradora, impulsar el compromiso a la pertenencia de la organización. Debe tener fuerza, debe impulsar la acción, generar sentido de dirección

Debe ser Difundida: Debe ser conocida por los clientes internos y los externos de la organización.

6.3. MISIÓN

Identifica el alcance de las operaciones de una empresa en los aspectos de producto y mercado

El negocio en que estamos, porque y que debemos hacer para lograr la VISION

Describe los Valores y Prioridades de la organización

Un resumen de las razones para la existencia de la empresa

6.3.1 CLAVES PARA CONSTRUIR UNA MISIÓN

Filosofía: ¿Cuáles son los valores, creencias y aspiraciones fundamentales de la empresa y sus prioridades filosóficas?

Concepto de sí Mismo: ¿Cuáles son las fortalezas y ventajas competitivas claves de la empresa?

Preocupación por Imagen Pública: ¿A qué imagen aspira?

Inspiración: ¿Motiva y estimula a la acción la lectura de la misión?

6.4. LA MISION EMPRESARIAL

Una exposición permanente de aquellos objetivos que identifican a una organización frente a otras similares

Los preceptos de la organización, la proclamación de metas, creencias y principios

Nos ayuda a entender como nos consideramos hoy en día. Representa nuestra situación actual.

Señala los propósitos, los clientes, los bienes y servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de la empresa.

6.4.1 COMPONENTES MISION EMPRESARIAL

CLIENTES:	Consumidores
BIENES O SERVICIOS:	Productos
RESPONSABILIDAD:	Comunidad
MERCADOS:	Donde Compite
TECNOLOGIA:	Maquinaria y equipos
SUPERVIVENCIA:	Tiempo de vida
METAS ECONOMICAS:	Crecimiento y Rentabilidad

6.4.2. OBJETIVOS

Los objetivos deben reunir las siguientes características:

- Medibles
- Razonables
- Claros
- Coherentes

Los objetivos se pueden definir como los resultados a largo plazo que una organización aspira a lograr a través de su misión básica.

Los objetivos son de vital importancia en el éxito de las organizaciones:

- Suministran dirección
- Ayudan en evaluación
- Crean Sinergia
- Revelan prioridades
- Permiten coordinación
- Son esenciales para el control, motivación, organización y planificación efectiva

6.4.3. OBJETIVOS CORPORATIVOS

Los objetivos corporativos son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión. Por ser globales, estos objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización. Por ello se deben tener en cuenta todas las áreas que integran a la empresa

Los objetivos corporativos deben ser medibles y con posibilidad de evaluación; es decir, que debe ser posible aplicarles una auditoria mediante indicadores globales de gestión.

6.5. ESTRATEGIAS

DEFINICION:

Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos.

Son los medios por los cuales se logran los objetivos

6.5.1. FORMULACION DE ESTRATEGIAS

Identificación de debilidades y fortalezas

Determinación de amenazas y oportunidades

Establecimiento de la misión de la empresa

Fijación de objetivos

Desarrollo de estrategias alternativas

6.6. VALORES

Constituyen las pautas que guían la actuación de los individuos dentro de la organización.

Es una filosofía de la vida que se quiere tener dentro de la compañía al ser aplicada por todos y cada uno de sus miembros en sus relaciones interpersonales de trabajo y grupales

6.7. POLÍTICAS

DEFINICION:

Se pueden definir como la forma por medio de la cual las metas fijadas van a lograrse, o las pautas establecidas para respaldar esfuerzos con el objeto de lograr las metas ya definidas.

Son guías para la toma de decisiones

Se establecen para situaciones repetitivas o recurrentes en la vida de una estrategia

6.8. FORTALEZAS

DEFINICION:

Se refiere a las actividades internas de una organización que se llevan a cabo especialmente bien.

Actividades o atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una empresa

Permiten la competitividad en el mercado

6.9. DEBILIDADES

DEFINICION:

Es un término que se refiere a actividades de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo que limitan o inhiben el éxito general de la organización

Actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa.

6.10. OPORTUNIDADES

DEFINICION:

Se refiere esta expresión a las tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como a hechos que podrían de forma significativa beneficiar a una organización en el futuro.

Es lo que el mercado ofrece para el crecimiento y posicionamiento de la empresa

6.11. AMENAZAS

DEFINICION:

Se refiere esta expresión a las tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como a hechos que podrían de forma significativa dificultar el logro de los objetivos.

Es lo que el mercado presenta como limitación al desarrollo y crecimiento de la empresa.

6.12. BENEFICIOS

Organizaciones más Rentables y Exitosas
Mejora significativa en cuanto a:

- Ventas
- Rentabilidad
- Productividad

Evita disminuciones en:

- Los ingresos
- Las utilidades

Mayor conciencia de las amenazas ambientales

Mayor productividad del personal

Una visión más clara de las relaciones desempeño-recompensa

Mayor comprensión de las estrategias de los competidores

Menor resistencia al cambio

Incrementa las capacidades de una empresa en cuanto a prevención de problemas

7. EJERCICIOS REALIZADOS

7.1. Objetivo de los ejercicios realizados

Con los ejercicios realizados se pretende que cada artesano de la región, desarrolle de manera individual su propio plan de empresa, a través de

charlas y talleres que son desarrollados en el aula con la orientación del facilitador y posterior a ello en reunión con sus colaboradores inmediatos quienes se encarga de motivar las apreciaciones del artesano - empresario que participa del curso.

El ejercicio final tiene como propósito integrar las apreciaciones de los participantes alrededor del sueño que tienen del Municipio, es decir, que consideran a su juicio que deberían hacer por Ráquira, juntando el esfuerzo del sector público y el sector privado para convertirse en un importante centro artesanal reconocido en el territorio nacional e Internacional.

7.2. Resultados del ejercicio

De todos los ejercicios formulados los resultados que se esperan obtener son los siguientes:

1. Formulación de la visión y misión de cada taller.

2. Análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de cada Taller.
3. Diseño de los objetivos, estrategias y plan de acción a seguir para cada taller participante.
4. Diseño del Plan Estratégico de Ráquira el cual servirá como documento de soporte para hacer presentado a las autoridades municipales.

8. BIBLIOGRAFÍA

FUNDAMENTOS DE FINANZAS; Javier Serrano, Julio Villarreal, Segunda Edición, Editorial Mc. Graw Hill.

9. AYUDAS AUDIOVISUALES

VHS.

TV.

10. EXAMEN FINAL

Se dará seguimiento al caso aplicado a la empresa sin calificación.

En relación con él modulo de **habilidades gerenciales** me permito comentar lo siguiente:

1. Al iniciar él modulo, los artesanos no conocían los conceptos gerenciales y manifestaban no haber recibido esta preparación anteriormente.
2. En desarrollo del evento, fueron adoptando los conceptos y familiarizándose con ellos, e inclusive, empezaron a utilizar los conceptos técnicamente, de manera que se puede afirmar que hubo un alto nivel de apropiación de los conceptos.
3. Al finalizar el modulo, ellos mismos prepararon el desarrollo de los conceptos y lograron formular, sirviendo yo como facilitador, el plan estratégico para Ráquira y previamente, habían desarrollado más del 85%

los conceptos de sus propias empresas. Así las cosas, se logró una transformación de sus talleres de manera que actualmente los pueden ver como empresas productivas y que pueden tener proyección a través de la asociatividad en el mercado internacional.

Los logros obtenidos en desarrollo del programa de Artesanías en el Municipio de Ráquira (Boyacá), en lo relacionado con el primer módulo: HABILIDADES GERENCIALES.

1. OBJETIVOS

El módulo de Habilidades Gerenciales pretende brindar a los participantes los conceptos básicos de la Gerencia Moderna y los fundamentos para que desde su propia realidad, puedan entender su situación actual y proyectar sus empresas hacia el futuro en miras a un eventual proceso de internacionalización.

2. DESARROLLO.

El seminario se adelantó en sesiones teóricas y prácticas, que permiten al artesano aplicar los conceptos teóricos analizados en la realidad de su taller, para lo cual, se diseñaron y aplicaron los siguientes talleres:

Formulación de la Visión y la Misión de cada taller.

Análisis del entorno: competencia actual y futura, variables que más los afectan en su proceso de internacionalización y reconocimiento de su situación interna actual, definición de sus propias debilidades y fortalezas y su ventaja competitiva real.

Formulación de los objetivos y las estrategias a seguir en su proceso de internacionalización.

El último taller, condensaba los anteriores y se solicitó la elaboración del plan de acción a seguir para desarrollar las estrategias previstas.

En desarrollo del taller, los artesanos fueron descubriendo gradualmente su propia realidad y a la vez, encontraron que los conceptos, de hecho, ellos los conocían, pero lo que era evidente, es que no sabían su nombre técnico, de manera que a través de una metodología dinámica y amena, lograron familiarizarse con los mismos, hasta el punto de convertirlos en parte de su lenguaje permanente al final del taller.

En desarrollo del taller, también se fueron detectando algunas asperezas dentro del grupo, motivadas por el conocimiento que iban adquiriendo y lo posible y cercano que era convertir sus talleres en empresas organizadas y con alternativas de exportación en mejores condiciones personales.

Por otra parte, el grupo fue afianzando su relación y al finalizar el taller, ya surgió la idea de constituir una sociedad que agrupara a algunos de ellos, de manera que se lograra una sinergia importante en los resultados, todo ello, como aplicación práctica de lo aprendido.

3. RECOMENDACIONES

En términos generales, la recomendación que se puede hacer para el grupo, es que se cree un mecanismo de seguimiento a las acciones emprendidas por cada taller, dado que la capacidad de los artesanos de controlar su propia gestión es muy baja y adicional a ello, no existe cultura en ese sentido.

Por lo anterior, una vez se entreguen los planes exportadores, sugeriría que Artesanías de Colombia, creara un mecanismo para hacer un seguimiento periódico, podría ser cada tres o seis meses, para validar los niveles de avance en la ejecución, dado que el logro final se obtendrá en la medida que cada uno de ellos desarrolle la estrategia que formuló, algo de lo que ya estamos viendo en la organización para participar en la presente edición de la feria de Expoartesanías.

1. Como los artesanos respondieron a la asesoría puntual en el tema de Habilidades Gerenciales y especialmente el avance en los resultados de las mismas.

El proceso de asesoría se llevó a cabo por etapas durante su ejecución y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- a. El 100% del grupo, adelantó el proceso de descripción de la historia del taller, el análisis del entorno del negocio y de la región, y la formulación de la visión y la misión de sus empresas artesanales y la entregaron por escrito para revisión, la cual fue validada y regresada a los interesados con la retroalimentación.
- b. El 100% del grupo, adelantó el análisis interno de la empresa, definió sus fortalezas y debilidades y formuló los objetivos a seguir para los próximos tres años y fueron retroalimentados y regresados a los dueños de las empresas artesanales.
- c. El 100% del grupo diseñó las estrategias a seguir y elaboró el plan de acción a ejecutar en desarrollo de su direccionamiento estratégico completo, proceso también retroalimentado y entregado al

responsable de la confección del plan estratégico, Doctor cesar Torres López.

En síntesis, podemos concluir que los artesanos respondieron en forma integral a los compromisos de la asesoría, con los naturales errores que retroalimentados se corregirán para el diseño y la confección final del plan estratégico exportador y el avance, considero, es definitivo para el resultado final.

2. Incidencias en la capacitación, no solo en el aspecto personal y de relaciones al interior del grupo, sino también en relación con la mentalidad empresarial de los participantes.

Considero que el proceso, se convirtió en una fuente de generación de posibilidades de negocio y de asociatividad entre los artesanos, al punto de que a la fecha, conozco de dos sociedades que han surgido como producto de las múltiples inquietudes presentadas durante la capacitación y que ya se encuentran en proceso de consecución de recursos ante el IFI para fondear sus operaciones comerciales. Estas actitudes, denotan un alto nivel de integración social y empresarial, surgidas como consecuencia de las reflexiones que la Habilidad Gerencial les presenta durante la capacitación, hecho que se verá reflejado en una mejor calidad de vida para un importante número de integrantes del grupo de artesanos de la región.

3. Limitaciones y dificultades de mayor relevancia encontradas en el módulo y algunas recomendaciones para superarlas.

Tal como tuve la ocasión de compartirlo con ustedes, la principal limitación tiene que ver con el lenguaje que ellos manejan a nivel de negocios y el desconocimiento de la terminología técnica que se utiliza en el mundo gerencial. La solución fue formulada en su momento, en el sentido de acomodar el lenguaje a su cultura y de esa manera obtener una gradual apropiación del mismo, limitación que fue superada por los artesanos, hasta el punto de encontrar al final del proceso, un lenguaje adoptado por ellos y que se incorporó a su cultura empresarial, señalando con esto un importante avance para la región en términos de renovar su ambiente empresarial desde la perspectiva conceptual.

4. Concepto mío acerca del desempeño de los artesanos participantes en el proceso de capacitación.

Mi percepción acerca del desempeño de los artesanos, la puedo referir en dos sentidos: el primero, en relación con la participación y puntualidad a las sesiones de capacitación, la cual fue siempre del 100% y en dos casos de ausencia por motivos de viajes al exterior, los titulares enviaron a representantes para que los actualizaran a su llegada, tal como se desarrolló. En segundo lugar, la apreciación sobre la activa y decidida participación de los artesanos en el desarrollo mismo de la capacitación, la cual debo advertir, fue excelente, en la medida en que siempre se contó con el aporte de todos y cada uno de ellos, a través de la motivación permanente para que no se sintieran nunca como convidados de piedra, sino como actores y constructores de sus propios conceptos empresariales.

En síntesis, considero que los logros ya se obtuvieron y serán significativos en el momento final del proceso.

5.2. MODULO I. PLANEACIÓN FINANCIERA

1. INTENSIDAD HORARIA

Teóricas	15 hrs.
Prácticas (asesoría)	22.5 hrs..

2. OBJETIVO

Formar ejecutivos capaces de desarrollar habilidades y destrezas en el campo de las finanzas, que lideren cambios corporativos con la racionalización de los recursos económicos necesarios para aumentar el valor comercial de las unidades económicas.

3. METODOLOGÍA

El contenido del modulo se expuso en sistema magistral con la intervención de los artesanos empresarios asistentes, se asigno un trabajo de campo aplicado a los productos de los talleres.

4. MATERIAL DE TRABAJO

Se hizo entrega del material requerido para el desarrollo de los temas a cada uno de los artesanos al inicio del modulo.

5. CONTENIDO DEL MODULO

5.1. ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA INDUSTRIA MANUFACTURERA.

5.2. SISTEMA PRESUPUESTO MAESTRO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, HASTA DETERMINAR EL COSTO POR UNIDAD DE PRODUCTO TERMINADO Y LA UTILIDAD POR UNIDAD DE PRODUCTO TERMINADO.

5.2.1.PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

5.2.2.REQUERIMIENTO Y PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA.

5.2.3.REQUERIMIENTO Y PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.

5.2.4.CARGA FABRIL.

5.2.5.PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN.

5.2.6.PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES.

5.3. ANÁLISIS FINANCIERO

5.4. PLANEACIÓN Y ESTRUCTURA FINANCIERA.

6. DESARROLLO DEL MODULO

6.1. Análisis y estructura del estado de costo de producción.

6.2. Análisis y estructura de los estados de perdidas y ganancias compañías manufactureras y de servicios.

6.3. Determinación bajo el sistema de presupuesto del costo unitario por referencia de producto

6.4. Ejercicios sobre análisis de indicadores de gestión financiera.

6.5. Ejercicios y análisis de presupuesto de tesorería.

7. EJERCICIOS REALIZADOS

7.1. Objetivos de los ejercicios realizados

Afianzar el conocimiento teórica del modulo mediante la implementación de ejercicios prácticos sobre cada una de las empresas inscritas en el programa.

7.2. Resultados del ejercicio

Las empresas en un 90% disponen del sistema de costeo, precios, márgenes de rentabilidad y deflactación de la inflación.

8. BIBLIOGRAFÍA

PLANIFICACION Y CONTROL DE UTILIDADES; Glenn A. Welsch, Ronald W. Hilton, Paúl N. Gordon., Quinta Edición, Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

9. AYUDAS AUDIOVISUALES:

Proyector de acetatos.

Los logros obtenidos en desarrollo del programa de Artesanías en el Municipio de Ráquira (Boyacá), en lo relacionado con el primer módulo: **PLANEACIÓN FINANCIERA**, se capacito y presto asesoría en el desarrollo e implementación de sistema de costos así como el manejo e implementación de herramientas de planeación financiera.

1. OBJETIVO GENERAL.

Formar gerentes capaces de desarrollar habilidades y destrezas en el campo de las finanzas, para que lideren cambios corporativos con la racionalización de los recursos económicos y optimización de los humanos, propender por la mejora en la estructura administrativa y el cambio en el valor comercial de las empresas.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Capacitación mediante el sistema de casos y talleres, en costos de manufactura.
- Capacitación en el uso de herramientas de planeación financiera.
- Establecer indicadores de gestión para optimizar la toma de decisiones.

3. DESARROLLO.

El modulo se desarrollo de acuerdo a la programación establecida y comunicada a los empresarios desde su inicio, a lo largo de este proceso se pudo observar los siguientes aspectos que considero son relevantes.

La situación de entrada se inicia socializando con cada uno de los empresarios, para establecer el nivel individual de conocimiento sobre el manejo de una metodología de contabilidad de costos y presupuestos, el resultado fue nulo, ningún asistente al modulo acreditaba dicho conocimiento, por lo tanto ninguna empresa desarrolla en la actualidad el manejo de estas metodologías; solo tres de las empresas vinculadas a los programas hacían uso de un sistema de contabilidad general.

En razón a lo expuesto se insistió en la incorporación de un sistema adecuado del manejo contable en términos generales, para poder afianzar información vital en el manejo de los recursos financieros, se recomendó igualmente la formalización jurídica de la empresa.

La metodología de trabajo se desarrollo soportando la teoría con talleres y casos prácticos aplicados, tomando al azar en cada sesión una de las empresas, una vez terminado el modulo, se realizó una visita adicional con el objeto de aclarar las dudas que pudieran llegar a tener; los artesanos respondieron en un 90% a la cita que se les programo como refuerzo y asesoría en la metodología de costos y presupuestos específicamente, el grado de motivación y compromiso fue alto; como resultado final se logro despejar las dudas a todos y cada uno de los asistentes.

Por tanto considero que a la fecha cada Artesano está en condición de determinar para cada uno de sus productos aspectos como: El costo unitario por producto y referencia, Costo total por producción programada, gastos operacionales unitarios y total, margen de rentabilidad unitario y total por referencia de producto, optimización de descuentos en función de su estructura de costos y gastos, lo mismo que la determinación de los productos de mayor rotación y rentabilidad de su portafolio.

En el proceso se enfatizó la necesidad de impulsar el principio de asociatividad, como estrategia de desarrollo para el municipio y el sector Artesanal en particular; en lo que respecta a los empresarios se logro consolidar un alto sentido de cultura empresarial y existe el clima para impulsar el desarrollo del grupo como ejemplo ante los demás Artesanos de la Región.

3.1. **DIFICULTADES:**

- En lo que respecta a dificultades encontradas obedecen más a aspectos culturales, las cuales se superaron a medida que el programa se fue desarrollando. Estas considero son normales en la entrada de un programa de esta naturaleza.

3.2. ACIERTOS:

- El desempeño en general fue exitoso por parte de los Artesanos, resalto el alto grado de compromiso de los asistentes, los cuales superaron todo tipo de obstáculo para poder llegar y cumplir exitosamente con la programación prevista.

4. RECOMENDACIONES:

- La más importante a mi criterio, es el acompañamiento que las entidades promotoras del programa puedan garantizar a los empresarios, una vez retirada la Universidad del programa, ya que los participantes consultan permanentemente vía mail a los facilitadores, encontrando en ellos respuesta oportuna y profesional a sus inquietudes.
- Procurar que la capacitación sé de en forma permanente, en diferentes aspectos identificados como debilidades de dirección empresarial de los artesanos, con el ánimo de garantizar continuidad en el cambio que oportunamente los promotores les facilitaron.

Espero que con la participación del modulo financiero y el grado de logro alcanzado, cubra las expectativas de las entidades promotoras del programa.

5.3. MODULO II. COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

1. INTENSIDAD HORARIA

Teóricas	15 hrs.
Practicas (asesoría)	22.5 hrs.

2. OBJETIVO

Introducir a los asistentes en los aspectos legales de la comercialización internacional, concentrándonos principalmente en los siguientes objetivos específicos:

- a. Conocimiento de los aspectos cambiarios de los negocios internacionales
- b. Introducción a los modelos de comercialización internacional, concentrándonos en las reglas INCOTERM.
- c. Evaluación y reglamentación de las comercializadoras internacionales.

- d. Evaluación y reglamentación de los mecanismos de pago internacional, especialmente en el dominio conceptual y práctico de las cartas de crédito.
- e. Mecanismos de implementación de canales de distribución.
- f. Análisis DOFA respecto a la competitividad de Ráquira para el mercado exportador.
- g. Elaboración colectiva de los estatutos de una Asociación de Artesanos Exportadores, los cuales están en manos de los artesanos.

3. METODOLOGÍA

Se manejó el esquema de clase teórica y práctica. Todos los conceptos teóricos fueron reforzados con casos prácticos enfocados principalmente al diligenciamiento de documentación para familiarizarlos.

El análisis DOFA fue realizado de manera 100% participativa por parte de los mismos asistentes quien bajo una orientación fueron quienes definieron su propio DOFA.

4. MATERIAL DE TRABAJO

Diapositivas, se les entregó material escrito, formularios, bibliografía

5. CONTENIDO Y DESARROLLO DEL MODULO

No hubo inconvenientes en su desarrollo, el cual contó con una amplia participación de los asistentes. Su contenido se dio en la secuencia establecida en el numeral 2.

6. BIBLIOGRAFÍA

Régimen Cambiario, INCOTERMS, páginas web.

7. AYUDAS AUDIOVISUALES

Retroproyector

Los logros obtenidos en desarrollo del programa de Artesanías en el Municipio de Ráquira (Boyacá), en lo relacionado con el módulo: Comercialización Internacional.

1. OBJETIVO

El módulo de aspectos legales para Pymes exportadoras pretende entregar a los emprendedores empresarios participantes los conceptos económicos y legales que giran entorno a los diferentes posibilidades y actividades que tendrán que enfrentar tanto en s propio entorno como en un entorno relacionado con compradores internacionales. Se pretendió transmitir estos conceptos de manera fácil y práctica, entendiendo el auditorio, sus limitaciones y sus necesidades y apropiando las experiencias de varios de ellos y proyectándolas hacia los demás participantes.

2. DESARROLLO

Teniendo en cuenta la diversidad del auditorio desde el punto de vista de su experiencia exportadora, el módulo se desarrollo en sesiones teóricas y sesiones prácticas, que le permitieron al asistente perder el miedo hacía las formalidades exportadoras en cuanto a su mejor entendimiento y facilidad en la forma de afrontar las situaciones y los temas fueron evacuados de la siguiente manera:

- 2.1. Entendimiento del entorno macroeconómico y el impacto de la diferencia de monedas en las decisiones exportadoras. Se realizó taller comparativo de cómo afecta la tasa de cambio y la inflación al momento de estructurar un negocio con una persona que maneja una moneda diferente al peso colombiano..
- 2.2. Teniendo en cuenta que las operaciones de exportación se llevan a cabo bajo monedas diferentes al peso colombiano, se expuso el régimen cambiario colombiano y se llevó a la práctica mediante el diligenciamiento de una declaración de cambio de exportación
- 2.3. Atendiendo que la principal forma de pago que se utiliza a nivel internacional es la carta de crédito, se presentó toda la teoría y se realizó un taller práctico donde cada participante, frente a una carta de crédito, pudo evidenciar la forma de manejar el instrumento y sus beneficios como vendedores para minimizar el riesgo de pago.
- 2.4. Se les inició en la teoría de los INCOTERMS con el fin de iniciarlos en la práctica a manejar los términos internacionales de comercio, cuáles son sus implicaciones y bondades y cuales son las responsabilidades que como vendedores asumen en cuanto a documentación, riesgos y costos dependiendo de la modalidad. Se ofrecieron casos prácticos para hacerlos perder el miedo hacía modalidades de exportación diferentes a la EX - WORK que es la que conocen.
- 2.5. Se presentaron las bondades de las comercializadoras internacionales donde se trabajo mucho la conciencia de trabajo en equipo y como hacer empresa artesanal de éxito requiere que se generen uniones y sinergias entre los asociados. Con el fin de reforzar este tema, se evacuaron los siguientes temas:
 - Se presentó todo el esquema legal de las Empresas Asociativas de Trabajo (E.A.T.) y sus beneficios para artesanos del perfil del auditorio.
 - Se les presentó un propuesta para los estatutos de una Asociación de Artesanos Exportadores de Ráquira, con el fin de que generen un grupo de presión con intereses comunes que les permita generar sinergias al momento de buscar objetivos comunes.
 - Se realizó el DOFA de la Región de Ráquira propuesto y calificado por ellos mismos para que puedan priorizar las actividades a desarrollar bajo ese análisis.

- 2.6. Por último, se trabajaron las diferentes alternativas de canales de distribución que ellos pueden manejar en el corto plazo atendiendo sus capacidades, dentro de las cuales se enfatizó en el contrato de representación y agenciamiento.

A lo largo del módulo los participantes demostraron un altísimo interés por el tema y sus ganas de profundizar en estos esquemas que les permitirá ir adquiriendo destrezas que los afiancen aún mas en la autonomía que están buscando y mejorar sus modelos para facilitarles negociar de una manera mas eficiente y benéfica para ellos.

La falta de experiencia exportadora de la mayoría de ellos no generó un bloqueo hacia estos temas nuevos que consideraban complicados por su manejo técnico y demostraron una altísima capacidad de asimilar los mismos, tratando el máximo de evidenciar sus dudas para poder generar mayor claridad sobre los mismos. Así mismo, la experiencia exportadora de algunos de los participantes que tenían dudas respecto a la forma como venían manejando sus exportaciones, enriquecieron y facilitaron el entendimiento de los temas.

El trabajo de asociatividad aunque generó un poco de resistencia al principio, luego fue generando sus beneficios y al final de las sesiones se logró generar un alto nivel de conciencia de la importancia del mismo y se alcanzaron a ver resultados palpables con la gestación de EATs en el seno del auditorio.

3. RECOMENDACIONES

Una vez compartido con el grupo y desde mi punto de vista de expositor y consultor, creo se puede llegar a las siguientes conclusiones generales, vistas desde mi módulo.

- 3.1. Existe una serie de líderes positivos que aunque no han tenido experiencia exportadora directa, pueden ser los pilotes para direccionar un trabajo posterior y de seguimiento con el grupo.
- 3.2. Los artesanos en su gran mayoría tienen altas intenciones de asumir los retos que implica ser un exportador exitoso. Por lo tanto, es necesario darles las oportunidades de enfrentar posibles negocios y adquirir la vivencia necesaria que en últimas es lo que hará que puedan adquirir la experiencia y ser exitosos en un futuro cercano.

- 3.3. Por la distancia es complicado que puedan acceder a un soporte al momento de realizar cualquier negociación. De acuerdo con lo anterior, se hace indispensable que se les pueda brindar un soporte mas cercano por parte de la Alcaldía o de Expoartesanías en temas puntuales al momento de hacer una negociación y de perfeccionarla. Ellos ya han perdido el miedo pero es indiscutible que en los primeros intentos será mucho mas motivador contar con un soporte y no arriesgar que sus primeras experiencias sean traumáticas y los haga desistir de su intento.
- 3.4. Se hace indispensable un programa de acompañamiento para la implementación que en el futuro cercano van a empezar a desarrollar estos artesanos empresarios.

Cómo los artesanos respondieron a la asesoría puntual a los largo del módulo y especialmente el avance de los resultados de las mismas:

- La respuesta de los artesanos fue satisfactoria, un 80% de los participantes desarrollaron y asimilaron los talleres y los contenidos. El 20% restante por evidenciar temores personales enfocados hacía el resto del grupo, no se dieron a la tarea de asimilar el 100% de los temas tratados aunque se noto su esfuerzo por mantenerse en el desarrollo del grupo y lograron entendimientos satisfactorios.
- Por tratarse de un tema de vital importancia para hacer perder los miedos inherentes a una gestión exportadora, al tiempo dedicado al manejo de la Carta de crédito y los INCONTERMS hizo que fuera asimilado casi por la totalidad del auditorio. Sin embargo, por tratarse de temas prácticos que pueden estar implementando no en el corto plazo, se les debe monitorear en el evento de una negociación ara refrescar los conceptos.
- Donde se presentó un 100% de receptividad y de aplicabilidad fue en el concepto de asociatividad trabajado, ya se en el habito de las Empresas Asociativas de Trabajo o desde el punto de vista del “gremio” propuesto.

Incidencias de la capacitación, no solo en el aspecto personal y de relaciones al interior del grupo, sino también en relación con la mentalidad empresarial de los participantes.

- Se generó tranquilidad y confianza respecto al manejo de uno de los principales temores que se genera al momento de exportar, como es el hecho de los medios de pago y obligaciones al exportar.
- Alta conciencia de trabajo asociado para generar mayores sinergias al momento de negociar con posibles compradores.
- Desprendimiento de un concepto paternalista que reinaba en la región y por lo tanto la tranquilidad que exportar no es tan complicado desde el punto de vista operativo como se creía y que se deben focalizar en optimizar relaciones comerciales, cumplimiento de calidad y compromiso de volúmenes mas que en los trámites.

Limitaciones y dificultades de mayor relevancia encontradas en el módulo y algunas recomendaciones para superarlas.

- Falta de organismos con experiencia exportadora a la mano de ellos en la región. Se debe propender por que la misma alcaldía los apalanque en soporte operativo al momento de realizar cualquier gestión exportadora con algún tipo de presencia de un persona que tenga el conocimiento de la mecánica exportadora que les facilite la gestión.
- Baja posibilidad de actualizarse en los diferentes temas relacionados con la parte operativa del comercio exterior. Se debe buscar la forma de que tengan acceso permanente a internet, pero de una manera guiada para que puedan consultar y actualizarse de manera mas rápida y autónoma sin necesidad de depender de terceros.
- Carecen de un sistema financiero que realmente les de apoyo en su gestión exportadora en la medida que los mismos establecimientos de crédito desconocen la mecánica exportadora. Se debe fomentar que los Bancos que hacen presencia en la zona realmente se entrenen en estos temas para que se vuelvan un soporte a los artesanos ante los futuros negocios que estarían pendientes de organizar.

Concepto acerca del desempeño de los artesanos participantes en el proceso.

Demostraron a lo largo del módulo una altísima capacidad de concentración interés y dedicación. Tienen muchas ganas de asumir nuevos retos y para ello no

quieren ahorrar esfuerzos no obstante las limitaciones que puedan tener desde el punto de vista académico o logístico. Demuestran un arraigado interés por sacar adelante la región y por lo tanto aceptan los retos y miden su potencial en términos de “si se puede”.

No obstante existir intereses individuales muchas veces encontrados, creen en la tarea de trabajo en equipo como la única forma exitosa de salir adelante con estos nuevos proyectos que se han propuesto.

Quieren generar mecanismos donde este tipo de actividades no se pierda ni se quede en lo hasta ahora evacuado, pues son concientes que esto hasta ahora fuel el inicio de un camino que deben caminar de manera impetuosa y por lo tanto quieren seguir adelante bajo los mecanismos que las autoridades publicas y privadas del tema exportador de artesanías así lo recomienden.

Creen y agradecen los esfuerzos realizados por todas las entidades en este proceso pero no quieren que esto se quede en este estado.

En los anteriores términos, espero haber atendido los requerimientos de los promotores del programa y de los asisitentes.

5.4. MODULO I. COMERCIO INTERNACIONAL

1. INTENSIDAD HORARIA

Teóricas	15 hrs.
Prácticas (asesoría)	22.5 hrs.

2. JUSTIFICACION

La comunidad artesanal necesita conocer opciones reales de organización que le permitan llevar a cabo operaciones de exportación. Además de los procesos aduaneros puntuales, el diplomado debe ser un foro en el que puedan discutir las dificultades que tengan como empresarios y formular las posibles soluciones para superarlas de tal forma que el proceso de internacionalización sea viable para ellos y pueda ser llevado a la práctica.

3. OBJETIVO GENERAL

Familiarizar al empresario artesano, con el contexto y la temática propia de un proyecto de internacionalización, y de los consorcios de exportación, con el fin que pueda abordar adecuadamente los temas que conforman los mismos, comprender la íntima relación que tienen entre sí y efectuar la integración de cada uno de los aspectos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Apreciar el contexto del régimen de exportación en Colombia.
- Tener una visión de las exportaciones en Colombia.
- Identificar los primeros pasos que se deben dar en un proceso exportado

4. METODOLOGÍA

Cátedra magistral con participación activa de los artesanos en la que utilicen los conceptos y conocimientos planteados a través de:

Talleres individuales (2)

Ejercicios en Grupo (2)

Debate (2)

5. CONTENIDO DEL MODULO

1. LA EXPORTACION

- ¿Por qué exportar?
- ¿Quién puede exportar?
- ¿A dónde exportar?
- ¿Cuándo exportar?
- ¿Cómo exportar
- ¿Qué exportar?
- ¿Cómo no exportar?
- Las barreras a la exportación
- ¿A quién le exportamos?
- El universo del exportador

- Adaptación del producto
- Ingeniería de la exportación

2. EL CONSORCIO DE EXPORTACIÓN

- ¿Por qué el consorcio?
- Tipos de consorcio
- ¿Cómo no hacer un consorcio?
- Ventajas para los miembros del consorcio
- Formas de implementar un consorcio

3. PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

- Objetivos de la planeación de negocios de exportación
- ¿Qué es?
- Estructura
- Perfil de la empresa
- Diagnóstico de la estructura organizacional de la empresa
- Análisis de mercado
- Estrategias
- Cronograma

6. MATERIAL DE AYUDA

- Presentación en Power Point (Proyectada e impresa)
- Artículos para lectura (2)¹

¹ Los artículos de lectura serán entregados previamente para que sean leídos antes de cada cátedra magistral.

7. BIBLIOGRAFIA

- MINERVINI Nicola. Manual del Exportador. Mc Graw Hill. México D.F. 1999

A continuación encontrará informe acerca del Programa dictado en el Municipio de Ráquira, Módulo de Comercio Exterior.

- Los artesanos respondieron de manera positiva a la asesoría llevada a cabo en la medida que han logrado comprender de manera puntual, en consiste una operación de importación y de exportación, abriendo de esta manera sus horizontes pues han logrado comprender que las operaciones de comercio exterior no se limitan al envío de un producto sino que entran en juego muchos factores adicionales que permiten el éxito o fracaso de la operación de comercio exterior.
- Por ello los avances que hemos logrado en la concientización de los empresarios son muy buenos, en la medida que se tienen conocimientos que permiten negociar internacionalmente de manera más segura, como es el caso de los documentos de transporte, manejo de Incoterms, Manejo de arancel y sus consecuencias dentro de una negociación.
- La capacitación ha tenido incidencia favorable al interior del grupo ya que se presentaron ejercicios que hicieron reflexionar a los participantes sobre sus razones para ingresar en el circuito exportador, haciendo énfasis en que no se trata de una respuesta inmediata a los problemas que eventualmente pueda tener en el corto plazo, sino como una visión estratégica a futuro. La cual se puede desarrollar una visión regional no solo a nivel individual sino de grupo o colectividad.

- Las mayores limitaciones encontradas para poder transmitirle conocimiento están dadas por los diferentes grados de instrucción de los participantes. Se torna un tanto difícil encontrar una línea media de lenguaje que comprendan todos los asistentes.
- Igualmente sería recomendable promover en todos los módulos de una forma mas decidida el trabajo en grupo, pues se diagnostica una gran tendencia al trabajo individual que a nivel de negocios internacionales, no es la mejor estrategia para llegar a otros mercados.
- Los artesanos en términos generales han tenido un buen desempeño en el transcurso del diplomado. No obstante una de las mayores dificultades para determinar el grado de asimilación del conocimiento esta dado por su poca participación de la mayoría de los asistentes. Generalmente las preguntas las realizan no más de cinco personas y por ende hay momentos en que incentivar a participar es definitivo. No obstante no es fácil encontrar un mecanismo de comunicación para lograr este objetivo sin que se sientan forzadas a participar.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Priorizar las estrategias contenidas en el Plan Estratégico Exportador Regional para identificar, ejecutar y evaluar las actividades que permitan lograr el acceso a los mercados escogidos, concretando así, el proceso de internacionalización de las empresas artesanales de Ráquira, a través de la realización de exportaciones sostenidas, con una planeación diseñada a tres años.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar los pasos que se deben dar en un proceso exportador.
- ✓ Determinar los principales tipos de consorcio de exportación y evaluar las posibilidades reales de conformación de uno o más en la región como herramienta para la comercialización de los productos en el exterior.
- ✓ Diseñar un sistema de contratación de S.I.A.S que les permitan contar con un servicio ágil, oportuno y económico para la operación aduanera.
- ✓ Planear, Escoger, Participar y hacer seguimiento a la asistencia en ferias nacionales e internacionales que le generen a los artesanos efectivos contactos comerciales para concretar operaciones comerciales.
- ✓ Expandir nuestros horizontes comerciales en el ámbito internacional mediante la participación en ferias y eventos especializados que permitan establecer contactos comerciales, posicionar los productos y alcanzar las metas de exportación propuestas.

2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Se optó por la metodología de formulación de un plan de acción por todo el grupo, dado que por expresa limitación legal de acuerdo con Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99 Art. 11) las personas naturales o jurídicas no pueden realizar

directamente operaciones de importación o exportación por valore superiores a US\$1.000. Motivo por el cual se aconseja que siempre utilicen los servicios de una SIA. (Sociedad de Intermediación Aduanera)

2.1. ANTECEDENTES

Se trata de empresarios artesanales que han participado, en los últimos cinco años, en varios programas de capacitación en distintas áreas, tanto administrativas como técnicas, por diferentes instituciones públicas y privadas.

Si bien es cierto hasta la fecha no se ha concretado legalmente ningún tipo de ente de carácter grupal, salvo una experiencia de creación de una cooperativa que no tuvo los resultados esperados, los empresarios son muy reventados a este tipo de iniciativas.

No obstante, durante la realización del Diplomado, en general, y del Módulo de Comercio Exterior en particular, manifestaron su interés en explorar y conocer los parámetros de distintas formas de asociatividad con el fin de implementar alguna por ser consientes que de esta manera, es más probable lograr el éxito exportador deseado.

El principal mecanismo adoptado hoy para la exportación es un proceso elemental de maquila, en donde una persona de la región, que además es dueño de la empresa más grande de producción de artesanías, compra a los demás artesanos unas determinadas cantidades y calidades de acuerdo a pedidos que a l mismo le han realizado y que por su capacidad instalada no le es posible atender.

Esfuerzos aislados de exportación directa también existen aunque en numero muy bajo (no más de dos artesanos) en donde utilizando como herramienta promoción y distribución directa, colocan su producto primordialmente en Ecuador, si bien es cierto han llegado hasta Perú.

3. DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN

3.1. DETERMINACIÓN DE PRODUCTOS

Artesanía en barro.

Con base en los siguientes criterios:

- ✓ KNOW HOW QUE tiene la región y los artesanos en este tipo de productos.

- ✓ Valor del producto final que lo hace competitivo.
- ✓ Ayuda de los entes regionales para desarrollar este proyecto.
- ✓ Posicionamiento.
- ✓ Cursos de diseño y técnicas que han aprendido.
- ✓ Dentro de la gama de productos es el que mejor sabemos realizar, más rápido y con mayor calidad.
- ✓ Realización de una investigación de mercados

3.1.1. DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO

PRODUCTO	POSICIÓN ARANCELARIA
69.14.90.00.00	LAS DEMAS DE DEMAS MANUFACTURAS, DE CERAMICA

3.1.2. CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución recomendado hace referencia a la posibilidad en el mediano plazo de establecer algún tipo de asociatividad de manera directa por parte de los empresarios artesanos, que les permita de manera directa realizar ventas a distribuidores que a su vez son quienes realizan la venta directa al consumidor final.

3.1.3. TIEMPO EN EL QUE SE VA A DESARROLLAR EL PLAN

El plan de acción se va a desarrollar durante tres años.

3.2. ESTRATEGIAS

Estrategia	NO INCURRIR EN COSTOS ADICIONALES EN LA EXPORTACION
Área	Administrativa
Tipo	De costo
Actividad	Contratar siempre para estas actividades a una Sociedad de Intermediación Aduanera (S.I.A)
Objetivo	No incurrir en multas o demoras en el proceso de exportación.

Estrategia	CONTINUAR EN PROCESOS DE ASOCIATIVIDAD
Área	Administrativa
Tipo	De organización
Actividad	Realizar propuestas que conlleven a formular opciones para que los empresarios artesanos se asocien
Objetivo	Encontrar una formula intermedia que permita a los empresarios artesanos lograr procesos de exportación conjuntos sin que pierdan su identidad individual o tengan que constituir sociedades que absorban sus empresas.

Estrategia	DETERMINAR UN MAXIMO DE TRES PRODUCTOS
Área	Producción
Tipo	Planeación
Actividad	Escoger tres productos estrella para exportación
Objetivo	Mejor la capacidad de negociación basados en productos estandarizados

5.5. MODULO V. NEGOCIACIÓN

1. INTENSIDAD HORARIA

Teóricas	10 hrs.
Prácticas (asesoría)	15 hrs.

2. OBJETIVO

El módulo de negociación pretende brindar a los artesanos los conocimientos técnicos básicos sobre el desarrollo de un proceso de negociación en general y de una negociación internacional en particular, suministrarles conocimientos sobre las variables de comparación intercultural que existen en diferentes países del mundo, como referente para negociaciones futuras en cuanto a la preparación y el conocimiento previo de los compradores y finalmente, sensibilizarlos sobre la importancia del desarrollo de las habilidades personales de comunicación para la negociación y de la habilidad negociadora como tal.

3. METODOLOGÍA

Desarrollaremos la unidad con una metodología esencialmente participativa y constructiva, combinando el desarrollo de algunos elementos teóricos.

En la práctica vivencial realizaremos ejercicios de simulación, trabajos en grupos, pruebas individuales y colectivas.

4. MATERIAL DE TRABAJO

Se hizo entrega del material requerido para el desarrollo de los temas a cada uno de los artesanos al inicio del módulo.

5. CONTENIDO DEL MODULO

1. NEGOCIACIÓN

- 1.1. Concepto
- 1.2. Naturaleza
- 1.3. Consecuencias del conflicto bien manejado
- 1.4. Consecuencias del conflicto mal manejado

2. TIPOS DE NEGOCIADOR

- 2.1. Improvisador
- 2.2. Intuitivo
- 2.3. Profesional
- 2.4. Estratégico

3. TIPOS DE NEGOCIACION

- 3.1. Negociación distributiva
- 3.2. Negociación integrativa

4. ERRORES CRITICOS EN LA NEGOCIACION

5. ELEMENTOS ESENCIALES DE UNA NEGOCIACION ESTRATEGICA

Los logros obtenidos en desarrollo del programa de Artesanías en el Municipio de Ráquira (Boyacá), en lo relacionado con el módulo de **NEGOCIACIÓN**.

1. OBJETIVOS

El módulo de negociación pretende brindar a los artesanos los conocimientos técnicos básicos sobre el desarrollo de un proceso de negociación en general y de una negociación internacional en particular, suministrarles conocimientos sobre las variables de comparación intercultural que existen en diferentes países del mundo, como referente para negociaciones futuras en cuanto a la preparación y el conocimiento previo de los compradores y finalmente, sensibilizarlos sobre la importancia del desarrollo de las habilidades personales de comunicación para la negociación y de la habilidad negociadora como tal.

2. DESARROLLO.

El seminario- taller se desarrolló combinando los conceptos básicos de la comunicación, la autoestima y el refuerzo personal de la auto confianza para convertirse en negociadores estratégicos. Se suministraron los elementos críticos que se deben tener en cuenta en un proceso de negociación, los diferentes tipos de negociadores y los factores principales a tener en cuenta para obtener resultados positivos dentro del esquema de negociación gana- gana.

En desarrollo de la actividad, se adelantó un taller de reconocimiento de las doce (12) variables de comparación intercultural para reconocer las características a tener en cuenta en las culturas negociadoras de los Estados Unidos, Japón, México, Nigeria, China, Arabia Saudita y Francia.

En la última etapa del seminario, se desarrollaron ejercicios prácticos de negociación, en los cuales se pudo advertir el inicio del desarrollo de las habilidades de negociación de los artesanos y la alta disposición para negociar y buscar acuerdos en un nuevo marco de relaciones con los compradores.

En cuanto al desarrollo de los talleres, se practicaron los siguientes:

2.1. Taller de negociación de una oferta de servicios de trabajo orientada a descubrir los intereses del comprador y vendedor de servicios a partir de información suministrada por el facilitador.

2.2. Taller de negociación de una pieza de arte relacionada con el trabajo de los artesanos de esa región, a partir de información suministrada por el facilitador.

2.3. Taller final de evaluación de los conocimientos adquiridos aplicándolos a una negociación con compradores Mexicanos y Estadounidenses de los productos que cada artesano produce en sus talleres.

En desarrollo de los talleres, los artesanos fueron descubriendo gradualmente su propia realidad y a la vez, pudieron tener relación directa con su propia vivencia empresarial, de manera que reconocieron su MAAN, su punto de resistencia y el rango de negociación para sus productos y aprendieron a formular las preguntas necesarias para la obtención de adecuados resultados en una negociación, tanto en el plano psicológico como en el plano objetivo.

En desarrollo del taller, también se fueron detectando algunas asperezas dentro del grupo, motivadas por el conocimiento que iban adquiriendo y lo posible y cercano que era convertir sus talleres en empresas organizadas y con alternativas de exportación en mejores condiciones personales.

Por otra parte, el grupo fue afianzando su relación y al finalizar el taller, ya surgió la idea de constituir una sociedad que agrupara a algunos de ellos, de manera que se lograra una sinergia importante en los resultados, todo ello, como aplicación práctica de lo aprendido.

3. RECOMENDACIONES

En términos generales, la recomendación que se puede hacer para el grupo, es que se cree un mecanismo de seguimiento a las acciones emprendidas por cada taller, dado que la capacidad de los artesanos de controlar su propia gestión es muy baja y adicional a ello, no existe cultura en ese sentido.

Por lo anterior, una vez se entreguen los planes exportadores, sugeriría que Artesanías de Colombia, creara un mecanismo para hacer un seguimiento periódico, podría ser cada tres o seis meses, para validar los niveles de avance en la ejecución, dado que el logro final se obtendrá en la medida que cada uno de ellos desarrolle la estrategia que formuló, algo de lo que ya estamos viendo en la organización para participar en la presente edición de la feria de Expoartesanías.

Por otra parte, la información concreta relacionada con el cuestionario de preguntas la describo a continuación:

1. Como los artesanos respondieron a la asesoría puntual en el tema de negociación y especialmente el avance en los resultados de las mismas.

El proceso de asesoría se llevó a cabo por etapas durante su ejecución y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- a. El 100% del grupo, adelantó el proceso de descripción de la historia del taller, el análisis del entorno del negocio y de la región, y la formulación de la visión y la misión de sus empresas artesanales y la entregaron por escrito para revisión, la cual fue validada y regresada a los interesados con la retroalimentación.
- b. El 100% del grupo, adelantó el análisis interno de la empresa, definió sus fortalezas y debilidades y formuló los objetivos a seguir para los próximos tres años y fueron retroalimentados y regresados a los dueños de las empresas artesanales.
- c. El 100% del grupo diseñó las estrategias a seguir y elaboró el plan de acción a ejecutar en desarrollo de su direccionamiento estratégico completo, proceso también retroalimentado y entregado al responsable de la confección del plan estratégico, Doctor cesar Torres López.

En síntesis, podemos concluir que los artesanos respondieron en forma integral a los compromisos de la asesoría, con los naturales errores que retroalimentados se corregirán para el diseño y la confección final del plan estratégico exportador y el avance, considero, es definitivo para el resultado final.

2. Incidencias en la capacitación, no solo en el aspecto personal y de relaciones al interior del grupo, sino también en relación con la mentalidad empresarial de los participantes.

Considero que el proceso, se convirtió en una fuente de generación de posibilidades de negocio y de asociatividad entre los artesanos, al punto de que a la fecha, conozco de dos sociedades que han surgido como producto de las múltiples inquietudes presentadas durante la capacitación y que ya se encuentran en proceso de consecución de recursos ante el IFI para fondear sus operaciones comerciales. Estas actitudes, denotan un alto nivel de integración social y empresarial, surgidas como consecuencia de las reflexiones que la Habilidad Gerencial les presenta durante la capacitación, hecho que se verá reflejado en una mejor calidad de vida para un importante número de integrantes del grupo de artesanos de la región.

3. Limitaciones y dificultades de mayor relevancia encontradas en el módulo y algunas recomendaciones para superarlas.

Tal como tuve la ocasión de compartirlo con ustedes, la principal limitación tiene que ver con el lenguaje que ellos manejan a nivel de negocios y el desconocimiento de la terminología técnica que se utiliza en el mundo

gerencial. La solución fue formulada en su momento, en el sentido de acomodar el lenguaje a su cultura y de esa manera obtener una gradual apropiación del mismo, limitación que fue superada por los artesanos, hasta el punto de encontrar al final del proceso, un lenguaje adoptado por ellos y que se incorporó a su cultura empresarial, señalando con esto un importante avance para la región en términos de renovar su ambiente empresarial desde la perspectiva conceptual.

4. Concepto mío acerca del desempeño de los artesanos participantes en el proceso de capacitación.

Mi percepción acerca del desempeño de los artesanos, la puedo referir en dos sentidos: el primero, en relación con la participación y puntualidad a las sesiones de capacitación, la cual fue siempre del 100% y en dos casos de ausencia por motivos de viajes al exterior, los titulares enviaron a representantes para que los actualizaran a su llegada, tal como se desarrolló. En segundo lugar, la apreciación sobre la activa y decidida participación de los artesanos en el desarrollo mismo de la capacitación, la cual debo advertir, fue excelente, en la medida en que siempre se contó con el aporte de todos y cada uno de ellos, a través de la motivación permanente para que no se sintieran nunca como convidados de piedra, sino como actores y constructores de sus propios conceptos empresariales.

En síntesis, considero que los logros ya se obtuvieron y serán significativos en el momento final del proceso.

5.6. MODULO VI. LOGISTICA

1. INTENSIDAD HORARIA

Teóricas	10 hrs.
Prácticas (asesoría)	15 hrs.

2. OBJETIVO

El objetivo principal del modulo, fue dar al grupo de empresarios artesanos los conocimientos básicos del conjunto de operaciones necesarias que se requieren para trasladar la carga, desde la fabrica del exportador hasta el lugar final de consumo en el país importador, cumpliendo los pedidos a precios competitivos dentro del concepto de justo a tiempo.

3. METODOLOGÍA

Desarrollaremos la unidad con una metodología esencialmente participativa y constructiva, combinando el desarrollo de algunos elementos teóricos.

En la práctica vivencial realizaremos ejercicios de simulación, trabajos en grupos, pruebas individuales y colectivas.

4. MATERIAL DE TRABAJO

Se hizo entrega del material requerido para el desarrollo de los temas a cada uno de los artesanos al inicio del modulo.

5. CONTENIDO DEL MODULO

- Términos Internacionales de Comercio – Incoterms – Distribución de costos, riesgos y documentos en una transacción de comercio Internacional.
- Procedimientos de contratación de Transporte.
- Selección de un Modo de Transporte
- Selección de una Empresa de Transporte

Los logros obtenidos en desarrollo del programa de Artesanías en el Municipio de Ráquira (Boyacá), en lo relacionado con el módulo: **LOGÍSTICA** .

1.- OBJETIVOS

El objetivo principal del modulo, fue dar al grupo de empresarios artesanos los conocimientos básicos del conjunto de operaciones necesarias que se requieren para trasladar la carga, desde la fabrica del exportador hasta el lugar final de consumo en el país importador, cumpliendo los pedidos a precios competitivos dentro del concepto de justo a tiempo.

2.- DESARROLLO:

Para cumplir con el objetivo propuesto el Modulo se desarrollo en tres sesiones durante los días Noviembre 16, Noviembre 23 y Diciembre 7 de 2.002

Temas Desarrollados

- Términos Internacionales de Comercio – Incoterms – Distribución de costos, riesgos y documentos en una transacción de comercio Internacional.
- Procedimientos de contratación de Transporte.
- Selección de un Modo de Transporte
- Selección de una Empresa de Transporte
- Concertación de Condiciones de Transporte
- El Contrato de Transporte en cada uno de los modos
- Cálculos y liquidación de fletes en cada modo de transporte
- Principios básicos de Empaque, Embalaje, Marcado y Unitarización
- Ventajas competitivas del Contenedor
- Modalidades de Contratación de contenedores.
- Los Costos Portuarios
- Documentación requerida para una exportación
- Conceptos Básicos de contratación de seguros, y formulas básicas para calculo de primas.
- Desarrollo de una cadena logística de exportación comparativa entre transporte aéreo, marítimo como carga consolidada y marítimo en un contenedor en términos FCL.

El día 7 de Diciembre en las horas de mañana se desarrollo un taller practico con productos artesanales de la región en el cual se cuantificaron todos los costos de la cadena logística y se realizo una simulación real de todas las operaciones requeridas.

Este mismo día en las horas de la tarde se efectuaron visitas a 4 talleres de la región a fin de obtener parámetros más reales sobre los procesos logísticos desarrollados actualmente.

3.- RECOMENDACIONES

- a. Se hace necesario iniciar un proceso de asociatividad que dará facilidades a los artesanos locales de poder colocar sus productos en los mercados objetivos, a unos costos razonables y en unas condiciones, tiempos deseados.

- b. Aunque existen algunos empresarios locales, que desarrollan operaciones de exportación, para la gran mayoría de artesanos es definitivamente un tema tabú, que requerirá necesariamente un plan de acompañamiento.
- c. Se requiere un refuerzo en el tema de comercialización, ya que la mayoría de los artesanos locales, por costumbres arraigadas se han dedicado únicamente a la producción de artesanías, mas no a su comercialización
- d. En las visitas a los talleres se detectaron deficiencias en cuanto a logística de producción (carencia de líneas de ensamble), falta de criterios mínimos de seguridad industrial, manejo de desperdicios, almacenamiento etc., temas que podría dar paso a una asesoría puntal en ingeniería Industrial.

1. Como los artesanos respondieron a la asesoría puntal en el tema de **Logística** y especialmente el avance en los resultados de las mismas.

- Los artesanos respondieron en forma integral al desarrollo del modulo, se observaron algunas deficiencias propias del medio en cuanto a conceptos básicos los cuales fueron debidamente corregidos en el desarrollo del módulo.
- El taller práctico fué de importancia relevante para el entendimiento del desarrollo de una cadena logística y fue asimilado en alto porcentaje por el grupo de artesanos.

2. Incidencias en la capacitación, no solo en el aspecto personal y de relaciones al interior del grupo, sino también en relación con la mentalidad empresarial de los participantes.

- Al presentarse dos grupos de artesanos, a saber los que exportan y comercializan y los productores, se generan algunas discrepancias sobre el tema de la importancia de la asociatividad para obtener resultados satisfactorios en el tema de logística y distribución

3. Limitaciones y dificultades de mayor relevancia encontradas en el módulo y algunas recomendaciones para superarlas.

- La principal limitación encontrada hace referencia a las limitantes en lenguaje técnico y para tal sentido en el desarrollo del modulo se hizo énfasis sobre los significados de algunos términos relevantes, y la importancia de su conocimiento práctico dentro del ámbito de negociaciones internacionales y procedimientos de contratación de logística

4. Concepto mío acerca del desempeño de los artesanos participantes en el proceso de capacitación.

- Se observó un alto porcentaje de asistencia y puntualidad
- Se pudo apreciar alto compromiso de los participantes para obtener el máximo provecho en todo el desarrollo del módulo.
- La participación fue siempre activa y cada uno de los artesanos contribuyó con sus experiencias personales para el desarrollo del módulo.