

J-0527.

99-00986

1-0527

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE ESCUELAS
TALLERES DE ARTES Y OFICIOS DE LA EPOCA DE LA
COLONIA EN EL CLAUSTRO DE SAN FRANCISCO

SOLICITADO POR:

ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.

ELABORADO POR:

Angela María Sánchez Vergara

CIUDAD Y FECHA:

Cartagena, Octubre 27 de 1.992

C O N T E N I D O

	Página
INTRODUCCION	01
REGISTRO HISTORICO	04
INVESTIGACION DE MERCADO	09
1. Objetivo	09
2. Definición de los productos	09
3. Fuentes de Información	10
3.1. Información general	10
3.2. Tendencia de compra	10
3.3. Concepto del entrevistado	11
4. Definición de la muestra	11
4.1. Clases de almacenes	11
4.2. Localización de los almacenes	12
4.3. Selección de Guías Turisticos	12
4.4. Total de la muestra	13
5. Resultado y Analisis de la Información	13
5.1. Información general	14
5.1.1. Objetos Comercializados	14
5.1.2. Clientes	15
5.1.3. Calificación de los guias	16

5.2. Comportamiento de Compra	16
5.2.1. Clientes locales	16
5.2.2. Turistas de Cruceros	17
5.2.3. Canadienses, NorteAmericanos y Europeos	18
5.2.4. Turista Nacional	20
5.3. Mercado para los productos	20
5.3.1. Taller de Orfebrería y Platería	22
5.3.2. Taller de carpintería	23
5.3.3. Taller de Talbartería y Marroquinería.	23
5.3.4. Taller de papel hecho a mano	24
5.3.5. Taller de tejidos y bordados	25

EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

1. Objetivo	27
2. Formación de los talleres	27
2.1. Premisas	27
2.2. Fuentes de Información	28
2.3. Operación de los talleres	29
2.3.1. Materia Prima	30
2.3.2. Instructores	30
2.3.3. Merma y desperdicios	31
2.3.4. Otros Gastos	31

3. Inversión en activos	32
3.1. Muebles y Equipos	32
3.2. Herramientas	33
4. Organización administrativa	33
4.1. Estructura administrativa	33
4.2. Gastos generales	34
5. Ingresos del Proyecto	34
5.1. Matriculas de alumnos	35
5.2. Venta de Productos	35
6. Utilidad del proyecto	36
7. Flujo de Fondos	39
7.1. Inversión	39
7.2. Ingresos por ventas	39
7.3. Egresos	39
7.4. Caja Final	39
8. Analisis de sensibilidad	41
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	45

I N T R O D U C C I O N

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Dar herramientas para evaluar la proyección comercial y económica del proyecto de crear talleres escuelas que cumplan los objetivos de capacitar y formar artesanos en la región , al tiempo que generen una producción comercial con la característica de haber utilizado las técnicas de la época de la colonia.

Por ser, además objetivos del proyecto, convertir el claustro de San Francisco en museo vivo donde se muestre la habilidad del artesano local , al mismo tiempo que centro turístico obligado a nacionales y extranjeros, se orientó la investigación, principalmente al sector turístico.

Se divide este estudio en tres partes principales :

1- Breve investigación sobre la existencia en la antigua provincia de Cartagena, durante los siglos XVI, XVII y XVIII, de los artes y oficios determinados para el estudio.

2- Estudio de mercado sobre los artículos producidos por los talleres, dentro de la ciudad de Cartagena

Busca conocer la segmentación del comercio local de acuerdo a las diferentes clases de clientes, el manejo e influencia que reciben los turistas, los comportamientos de compra de cada grupo, y el mercado potencial que tienen los productos definidos en el estudio.

3- Estudio económico sobre Inversión y rentabilidad del proyecto.

Se tomaron como base algunos parámetros definidos con el Asesor del Gobierno Español como son el número de estudiantes por taller, tiempo de duración de los mismos y sistema general de operaciones.

Se busca la autofinanciación del proyecto dentro de lo posible o determinar alternativas que no lo hagan gravoso para Artesanías de Colombia.

Como parte del estudio económico, se definirá la organización que se requiere, y en la forma que se

recomienda operar el proyecto, en lo que a flujo de fondos se refiere.

DEFINICION DE TALLERES Y OFICIOS

Los talleres fueron definidos por ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A., considerando las técnicas coloniales que producen los artículos más atractivos para el mercado nacional e internacional.

- Taller de Orfebrería y Platería
- Taller de Carpintería y talla de madera
- Taller de Talabartería y Marroquinería
- Taller de Papel hecho a mano
- Taller de Tejidos y Bordados

REGISTRO HISTORICO

No se busca hacer una investigación completa de los artes y oficios de la época de la colonia en Cartagena y sus regiones vecinas, sino encontrar registros históricos que indiquen si los talleres artesanales objeto de este estudio existieron durante el período histórico de la colonia Española.

Tomamos como fuente de información la bibliografía detallada a continuación y encontrada en la ciudad de Cartagena. Nos parece muy valiosa la investigación inédita de Colcultura, sobre el Barrio San Diego, llamado antiguamente de Santo Toribio, porque era el barrio habitado por una población heterogénea considerada como la clase baja obrera, que vivía de un salario recibido por los oficios que desempeñaban, alejados del comercio que era la principal actividad de la ciudad.

1. ORFEBRERIA Y PLATERIA

Este arte floreció especialmente en la población de Mompox en el siglo XVII, cuando los plateros de oficio utilizaban el oro que les llegaba de Loba y Guanico para

hacer aretes, gargantillas, zarcillos, pulseras con perlas guajiras y esmeraldas de Muzo. Se decía que no había cofre en el nuevo reino, ni en la corte que no guardara una alhaja momposina.

Además, en la ciudad de Cartagena ejercieron el oficio un número representativo de artesanos. En el censo del Barrio Santo Toribio en 1.777 se encontraron registrados cuatro plateros de oficio y hay también registros de ordenanzas municipales que indicaban donde debían construirse y con qué materiales, las fraguas de los plateros, ya que debido a su abundancia había gran peligro de incendio. Se reglamentó, además, sobre la aleación del Oro y la Plata y se exigió una fianza en el cabildo para poder ejercer el oficio, ya que no era extraño que al cabo del tiempo se marchasen a otros lugares llevándose la plata y joyas de los vecinos.

2. CARPINTERIA Y TALLA DE MADERA

Hacia mediados del siglo XVI, este oficio junto con el de albañil, fué uno de los más importantes de Cartagena y se fué acrecentando con la construcción de galeras. En el siglo XVII se crearon importantes astilleros que evitaron el costoso traslado de embarcaciones desde España.

En el censo del barrio Santo Toribio en 1.777 se registraron 20 carpinteros que constituían el 6% de la población libre. Pero este número puede ser mayor si tenemos en cuenta el fenómeno que se dió con los carpinteros, que al ser el oficio bien remunerado, tuvieron aprendices y ayudantes negros en abundancia.

En el mismo censo encontramos un tallista destacado aparte de los carpinteros, lo que muestra la importancia de este arte.

3. CURTIDORES DE CUERO Y ZAPATEROS

El municipio de Cartagena desde el siglo XVI regulaba la venta de cueros de las reses que matasen los carniceros, y el precio al que el curtidor podía venderlos después de ferretear, a los zapateros. Igualmente a los zapateros les fijó los precios a que podían venderlos, bajo pena de perder la mercancía si infringían la ley. En el censo del barrio Santo Toribio, encontramos 18 zapateros de oficio.

4. TEJIDOS Y BORDADOS

El coronel de la Torre y Miranda, en su función de congregador de Pueblos desde 1.776, estimuló las

distintas artes para las que tenían vocación las poblaciones, no solo con el objeto de aumentar la laboriosidad de las gentes, sino para hacerlas cambiar a oficios que hicieran posibles la reubicación de caseríos. Es así como en la población de Ternera, que queda a solo dos leguas de distancia de Cartagena, enseñó el uso del algodón en varios tejidos de lienzo y mantelería. Así mismo desarrolló el uso de tejidos de fique, pita, y palma de majagua en variados artículos.

En el censo ya mencionado aparecen 20 sastres de oficio, pero sin detallar la clase de prendas que hacían. Sin embargo sabemos que las labores de bordados y tejidos eran oficio femenino y en las actividades familiares se les dedicaban horas determinadas.

5. PAPEL HECHO A MANO

En las fuentes investigadas no se encontró registro alguno de este oficio.

Encontramos rastro de las artes relacionadas con ella, como es el oficio de plumarios, que en el censo de 1.777 tiene 12 personas registradas, lo cual indica que la actividad comercial y política de la ciudad requería muchos documentos escritos.

Se tienen datos exactos de que en el siglo XVI, el Sr.

Antonio Espinosa de los Monteros, tenía una imprenta en su taller de la calle del Tablón, y que posteriormente la trasladó a Santa Fé de Bogotá, siendo la primera que allí existía.

BIBLIOGRAFIA

Historia General de Cartagena por Eduardo Lemaitre. Tomos II y IV .

Cartagena de Indias en el siglo XVI, por Maria del Carmen Borrego. Capitulo IV.

Boletín Cultural y Bibliográfico del Banco de la República, Volumen XVI, No.7 y 8 de 1.979.

Retorno a la Tierra de Orlando Fals Borda.

Bienestar Social Y Patrimonio Cultural del Barrio San Diego en Cartagena. Investigación inédita de Rosa a Diaz de Paniagua, auspiciada por COLCULTURA.

I N V E S T I G A C I O N D E M E R C A D O

1- OBJETIVO

Conocer si los productos elaborados en los talleres escuela, con las herramientas y las técnicas de la época de la colonia y cuyo proceso productivo podrá ser observado en un museo vivo, tiene mercado en Cartagena, tanto para el turismo Nacional y Extranjero, como para la población local.

Al mismo tiempo, buscar elementos que enriquezcan el proyecto y lo orienten en su desarrollo.

2- DEFINICION DE LOS PRODUCTOS POR TALLERES

- Orfebrería y Platería: Joyas, elementos de tocador, candelabros, bandejas .
- Tejidos y Bordados: encajes, confecciones , lencería
- Talabartería y Marroquinería: artículos de escritorio, de mano y objetos ecuestres
- Carpintería y talla en madera: muebles, mesas, baúles, biombos
- Papel hecho a mano: Pergamino, copias facsimiles de

libros, encuadernados en cuero.

3. FUENTES DE DATOS

Considerando que los productos serán comercializados en almacenes, se escogieron aquellos especializados en atender al turista, o de trayectoria en la ciudad.

La otra fuente de datos son los guías turísticas, ya que por ser un proyecto con atractivo turístico, la percepción de quienes manejan el turismo en la ciudad es muy importante.

Las encuestas buscan tres clases de información:

3.1 Información General .

Para los almacenes consiste en conocer la clase de almacén, su localización, los objetos que comercializa y la clasificación de sus clientes.

De los guías turísticas se quiere conocer su preparación, experiencia y vinculación con las agencias de turismo especializadas.

3.2. Tendencia de compra que observan los encuestados tanto almacenes como guías, en las diferentes clases de clientes. Se han clasificado en cuatro categorías

por tener comportamientos, gustos y capacidades de compra diferentes:

- Turistas que llegan en Cruceros
- Turistas procedentes de Los Estados Unidos, Canadá y países Europeos
- Turistas Nacionales
- Clientes Locales

3.3. Concepto del Entrevistado sobre la comercialización de los productos.

Son respuestas apreciativas basadas en la experiencia y conocimiento de los clientes, ya que no pueden observar ningún producto.

4- DEFINICION DE LA MUESTRA

Los aspectos cualitativos y cuantitativos tenidos en cuenta para la escogencia de la muestra son:

4.1. Clases de almacenes :

Los almacenes de artesanías tienen prioridad. Se escogieron de los localizados en las bovedas 5 de los 22 que allí funcionan, ya que son muy homogéneos. Se tomaron además, los 7 restantes que

existen en la ciudad.

Las Joyerías son lugar obligado del turista extranjero y donde se venden variedad de artículos cuya información nos interesa.

Los almacenes de cuero, al igual que los de muebles son especializados, y en nuestra investigación se trabajan dos talleres que hacen referencia a ellos, por lo cual incluimos los más importantes en la ciudad.

4.2. Localización de los almacenes

La ciudad tiene definidas zonas turísticas, como son las bóvedas en las murallas, el parque Fierino Gallo en el Laguito, donde están localizadas más de 10 Joyerías y otros tantos establecimientos donde llegan todos los tours internacionales, incluyendo los de Cruceros que lo tienen como uno de sus pocos sitios de llegada.

En el centro de la ciudad o sector amurallado está el grueso del comercio, tanto para turistas como para los Clientes locales, extendiéndose hacia el sector del Arsenal, próximo al centro de convenciones.

4.3. Selección de Guías Turísticos.

La escogencia de guias se hizo buscando los de mayor experiencia y seriedad. Existe un colegio de guias que reúne los más calificados, 70 de los 280 registrados en la Corporacion Nacional de Turismo, y con los cuales las agencias de turismo receptivo organizan sus programas. Todos hablan en promedio dos idiomas diferentes al castellano, y tienen en promedio 17 años de profesión. El 75% de los entrevistados realizan sus labores no solo en la ciudad sino en los lugares turisticos de poblaciones vecinas.

4.4. Total de la Muestra

Almacenes de Artesanias	12	24%
Joyerias	10	20%
Almacenes de Muebles	4	8%
Almacenes de Cuero	4	8%
Guias Turisticos	20	40%
	<hr/>	<hr/>
	50	100%

5. RESULTADO Y ANALISIS DE LA INFORMACION

El resumen de la información obtenida en las encuestas se encuentra a continuación, pero el detalle de toda la

tabulación está en los anexos de este estudio.

El análisis de las encuestas puede dividirse según la clase de información que se obtiene:

5.1. Información General

5.1.1 Objetos Comercializados

De los 30 almacenes seleccionados, 21 comercializan artículos de orfebrería, 10 tejidos y bordados, 18 productos de cuero y 5 de ellos venden muebles y objetos de madera de regular tamaño.

Esto indica que los productos estudiados son vendidos en gran porcentaje, en almacenes comunes, lo cual facilitará su mercadeo. La excepción son los muebles que si tienen almacenes especializados para su venta.

Encontramos que los tejidos y bordados se comercializan en los almacenes de artesanías, pero no en forma permanente, ni en abundancia. Por eso se complementó la información con mercerías y lencerías que serán otros puntos de comercialización.

5.1.2. Clientes

El 50% de los compradores de los almacenes encuestados son turistas extranjeros, los turistas nacionales cubren el 17% y los clientes locales el 33% del total.

Esto confirma que el comportamiento de compra, gustos y orientación que tenga el turista es muy importante en el desarrollo del proyecto.

Los muebles si son comprados exclusivamente por el cliente local, ya que los turistas no compran objetos voluminosos por razones de dificultad en el transporte. Además lo que se vende en Cartagena es producido en el interior del País, donde los turistas nacionales los encuentran a menor precio..

Sin embargo los anticuarios que se han multiplicado en los últimos años en la ciudad y que tienen buena acogida sus objetos, inclusive para los turistas extranjeros, han

manifestado que la producción de muebles y objetos de estilo colonial hechos recientemente tendrían un mercado paralelo muy importante, en el cual estarían interesados en intervenir.

5.1.3. Calificación de los Guías

Como se dijo anteriormente son profesionales en su oficio, con una experiencia promedio de 17 años atención al turista. Todos hablan un idioma adicional y varios 2 y 3 más. Por todo esto son los vinculados con las agencias de turismo en los programas internacionales.

5.2. Comportamiento de compra observado.

5.2.1. Clientes Locales.

La población de Cartagena realiza una tercera parte de las compras del sector muestreado, aunque no por un valor importante. Solo el 17% de los almacenes creen que se interesan por objetos autóctonos, el 37% que valoran lo producido manualmente y el 47% compran objetos costosos.

Las compras de artículos de cuero se refieren principalmente a maletas, maletines de viaje o bolsos de marca. Los objetos de orfebrería que compran son joyas de acuerdo a la tendencia de la moda y en la actualidad objetos de plata para regalos.

Los muebles tallados si son valorados y comprados, aunque siguiendo la tendencia de moda.

5.2.2. Turistas de Cruceros.

Para analizar el resultado de las encuestas en este punto debemos tener en cuenta que estos turistas llegan por pocas horas a la ciudad y tienen puntos de compra definidos a los que son dirigidos por los guías.

Llegan a los almacenes de artesanías en la Bóvedas y a las joyerías del centro comercial Pierino Galló en el Laguito. Por lo tanto la mayoría de los encuestados no respondieron a las preguntas que hacen referencia al comportamiento de compra observado en ellos.

Son personas que valoran lo producido manualmente, les llama la atención las joyerías con talleres y su principal compra son joyas con esmeraldas.

Sin embargo los entrevistados hacen notar que la capacidad de compra de estos turistas ha disminuido, ya que el gasto promedio ha disminuido de un 30% a 50% .

5.2.3. Turistas Canadienses, Norte Americanos y Europeos.

La encuesta se diseñó pensando que estos tres grupos tendrían características semejantes, pero las respuestas de los encuestados y las fuentes alternas de información aclararon que son diferentes entre sí. Por lo tanto haremos el análisis por separado, aunque los resultados globales son que 70% consideran que buscan objetos autóctonos, el 90% que valoran la producción manual y el 60% opinan que compran objetos costosos.

El Canadiense es considerado en general como mal comprador; es decir que no gasta dinero en

Los Europeos son los mejores clientes, buscan los artículos autóctonos, valoran lo producido manualmente y tienen un alto promedio de gasto. Preguntan por los lugares donde se encuentran los artistas locales y donde se compran cosas de valor.

Les gustan los objetos autóctonos, valoran lo producido manualmente y compran objetos de alto valor, en especial joyas con esmeraldas, artículos en cuero, telas trabajadas como molas, tapetes y tejidos diversos.

Los Norteamericanos a que nos referimos en la encuesta es aquel de clase alta y con capacidad de compra; y la información obtenida nos indica que son buenos clientes.

objetos suntuarios, sino en artesanías de bajo precio. Cuando compra esmeraldas, adquiere las de menor valor, e igual cuando compra bolsos de cuero. Son personas de clase media trabajadora y su plan de viaje incluye todos los gastos. Su objetivo es conocer, descansar y disfrutar del clima cálido.

La opinión del entrevistado en la aceptación que tendrían los productos objeto del estudio, es la parte principal de la investigación, porque si consideramos la selección cualitativa de la muestra y la investigación de fuentes secundarias de datos, esta información, será un elemento decisivo en la orientación del proyecto.

5.3. Mercado para los productos de los talleres.

El turista Nacional no es buen comprador. Las cosas que adquieren son generalmente para regalos y de poco valor. En la encuesta se obtuvo que solo el 12% opina que compran objetos de valor, el 40% que aprecian el trabajo manual y el 26% que buscan objetos autónomos.

5.2.4. Turista Nacional.

Todo este grupo turístico llega en temporadas señaladas por el invierno en los países del norte del continente y por el verano en los países Europeos.

El proyecto en general, al ser expuesto a los propietarios o administradores de los establecimientos visitados, fué apreciado y considerado atractivo para la ciudad. El 73% estaría dispuesto a hacer pedidos a los artesanos para comercializarlos. Como constante todos condicionaban esta respuesta a la calidad de los productos que no conocen y a los precios finales.

Los guías en un 95% están dispuestos a promocionar el museo vivo y recomendar los productos que se obtengan de los talleres escuelas.

Les parece que el sitio es muy apropiado y atractivo y que tendrá una gran acogida por todos los turistas. Manifiestan que lo que encuentran difícil es llevar los turistas de cruceros al claustro, por el tiempo limitado que tienen para compras, pero no lo descartaron del todo.

El análisis de este punto se hace por talleres y la aceptación que tendrían sus productos en cada grupo de clientes.

5.3.1. Taller de Orfebrería y Platería.

Las joyerías encuestadas que reciben a los Turistas de cruceros, respondieron en su totalidad que creían que los productos de Orfebrería y platería que se produzcan con el atractivo de ser hechos con técnicas de la colonia serán aceptados por el público y el 80% estarían dispuestos a efectuar pedidos, dependiendo de la calidad del material y del acabado. Los guías, en un 80%, también confirman esta opinión.

El 100% de las Joyerías entrevistadas y el 85% de los Guías, esperan que estos productos sean atractivos para los Turistas Canadienses, Americanos y Europeos; en especial a los dos últimos grupos.

Para el turista nacional y el cliente local, la opinión es totalmente contraria. Solo el 24% piensa que pueden ser adquiridos estos productos por los turistas nacionales y el 8% por clientes locales.

5.3.2. Taller de Carpintería y talla en madera.

El producto ofrecido son muebles principalmente, y para los encuestados este no es un artículo de compra de los turistas de ningún lugar en general. Las dificultades de transporte siguen siendo la razón principal, a pesar de abrirles la posibilidad de que se tendría solución a este problema. Además comentan que un turista no viaja nunca con idea de comprar muebles y que si lo llegan a hacer, es porque encuentran algo muy atractivo y especial que los motive a ello.

Sigue siendo el mercado local el receptivo para estos productos, manifestando demanda urgente de artesanos en este campo. Están seguros que los muebles de madera bien hechos y tallados tienen buena venta. Además, como anotábamos anteriormente puede ser un mercado paralelo al de los anticuarios, que tiene como clientes principales las casas del centro colonial restauradas.

5.3.3. Taller de Talabartería y Marroquinería.

En la muestra especial que se tomó de almacenes que venden exclusivamente artículos de cuero , se encontró en un 75%, que los turistas extranjeros comprarían productos en cuero ,especialmente objetos de escritorio, objetos personales y bolsos. Los objetos ecuestres tendrían mercado local .

Aunque los almacenes consideran que el turista nacional no aportaría nada a este mercado, los guías en un 30% creen que para estos productos sí habría respuesta de compra. Confirman además, la aceptación de estos productos por los turistas extranjeros; el 50% lo espera de los turistas de crucero y el 75% de los Canadienses, Americanos y Europeos.

5.3.4. Taller de papel hecho a mano.

Se encontró un desconocimiento general de estos productos. Cuatro de los 12 almacenes de artesanías se aventuraron a opinar sobre ellos, pero sin base cierta, ya que no tienen experiencia propia ni de referencia de la comercialización de estos productos, pero que

por ser novedosos creen que puedan comprarlos los turistas extranjeros. Ninguno piensa que pueda interesarles a los turistas nacionales o clientes locales.

Los guías turísticos tampoco conocen el papel hecho a mano, pero después de la explicación de los productos que quieren hacerse en este taller, 7 guías creen que serán atractivos para los turistas de crucero, 12 guías opinan que serán comprados por Canadienses, Americanos y Europeos y 3 que les interesarán a los turistas nacionales.

Adicionalmente encontramos que entre pintores y artistas son muy apreciados los papeles hechos a mano para trabajar sobre ellos, lo cual indica que este puede ser un mercado potencial.

5.3.5. Taller de tejidos y Bordados.

Los productos de este taller se comercializan en los almacenes de artesanías, y la opinión de los almacenes de la muestra es que a todos los grupos de clientes extranjeros y

nacionales serán compradores de estos productos. El 80% de los almacenes de las bovedas consideran que serán comprados por los turistas de cruceros. Y del total de los 12 almacenes de artesanías, el 75% creen que se venderán a Canadienses Americanos y Europeos, el 58% al turista nacional y el 42% al cliente local.

Los guías opinan en un 95% que se venderán a los turistas de cruceros, el 90% a los demás turistas extranjeros y el 55% a los turistas nacionales.

EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

1- OBJETIVO

El proyecto de crear Escuelas Talleres, tiene como se dijo anteriormente, el objetivo de recuperar valores de artes y tradiciones, al tiempo que capacitar los artesanos de la región, pero buscando que la operación de estos talleres generen ingresos por producción que permitan la autofinanciación del proyecto, parcial o totalmente.

Se busca que el costo para los estudiantes sea muy económico, más bien indicativo de un real interes de aprendizaje por parte de los alumnos, y que sea su capacidad productiva el aporte a la escuela taller mientras dure el curso.

2- FORMACION DE LOS TALLERES

2.1- Premisas

Se definieron algunos parametros con el asesor Español, como son el número de 10 alumnos por

taller, la división del tiempo en mitad para aprendizaje y la otra mitad para producción, la duración del curso en tres años y la combinación de los talleres de tejidos y bordados.

2.2. Fuentes de Información

Se buscaron artesanos que poseen talleres del arte respectivo, y que además tienen alguna experiencia en la enseñanza, para proyectar la actividad de cada taller pensando en ellos como instructores.

Para los talleres de Carpintería y Talabartería, se contó con la participación del Sr. Manuel Chapuel, de la ciudad de Pasto con amplios conocimientos y experiencia, quien además de tener un taller de su propiedad, está vinculado con el Sena, dictando cursos no solo en Cartagena sino en otras ciudades.

Para el Taller de Orfebrería se buscó al Sr. Rafael Alvarez, vinculado durante muchos años a la Joyería Cesareo, de amplia tradición en Cartagena, y posteriormente propietario de su propio taller de joyería. Ha sido por mucho tiempo profesor de materiales en la facultad de química en la

Universidad de Cartagena.

Para los talleres de Tejidos y Bordados aportaron sus conocimientos dos personas que han tenido experiencia en cursos programados por ARTESANIAS DE COLOMBIA, las Stas. María Jose Muñoz y Mariela Garcia.

Existe una limitante que vale la pena mencionar porque aporta elementos subjetivos al estudio, y es el hecho de no tenerse el diseño y programa de los cursos, sobre todo en la parte productiva, porque los calculos de materiales y productividad quedan definidos por la experiencia de los artesanos consultados.

2.3. Operación de los Talleres

Como ya se dijo anteriormente, los talleres son diseñados para 10 alumnos, que pagaran por semestre \$50.000.00 durante tres años. Cada taller tiene un instructor de tiempo completo, y en el caso del taller de Tejidos y Bordados que prácticamente son dos, con 20 alumnas y 2 instructoras, se entrelazan y complementan las labores.

2.3.1 Materia Prima

Con base en lo anterior se definieron los materiales que trabajarían en un año, cuyas cantidades y valores en detalle se encuentran en los anexos de cada taller, pero que podemos resumir así:

Taller de Carpintería	\$ 1.644.976
Taller de Talabartería	1.521.180
Taller de Tejidos y Bordados	2.299.950
Taller de Orfebrería	6.551.454

	\$ 12.017.560

El primer año la eficiencia del trabajo se considera un 20% menos, y el tercer año un 20% más, teniendo en cuenta la habilidad manual en las diferentes etapas.

Los precios de los materiales en su mayoría fueron cotizados en Cartagena, y los más especializados en Bogotá y Medellín.

2.3.2. Instructores

Se calculó en \$15.336.000 por año:

Instructores con salarios de \$180.000.00

mensuales.

Salarios \$ 900.000.00 mensual

Prestaciones 378.000.00 mensual

Total mensual \$ 1.278.000.00

2.3.3. Merma Y Desperdicios

Un factor muy importante para tener en cuenta es la merma o desperdicio de materiales, que varia en cada material y dependiendo de la etapa de aprendizaje del alumno.

Talleres	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Carpinteria	20 %	10 %	- 0 -
Talabarteria	20 %	- 0 -	- 0 -
Tejidos y Bordados	- 0 -	- 0 -	- 0 -
Orfebreria	10 %	10 %	10 %

En el manejo de los materiales preciosos en la Orfebreria, no debe haber desperdicios, pero si se presenta merma por la manipulaci3n de los materiales al fuego.

2.3.4. Otros Gastos

Se considero un gasto minimo de publicidad por \$1.000.000, y por depreciación de los activos \$715.500.00

3- INVERSION EN ACTIVOS

3.1. Muebles y Equipos

Se definieron los muebles y equipos para cada taller y en los costos se tuvieron en cuenta que algunos podrian ser hechos en los mismos talleres. El detalle se encuentra en los anexos por taller.

Taller de Carpinteria	\$ 620.000
Taller de Talabarteria	1.100.000
Taller de Tejidos Y Bordados	1.430.000
Taller de Orfebreria	1.100.000

Sub-Total	\$ 4.250.000

Muebles y Equipos de Oficina

2 Escritorios Tipo Sub-Gerente	225.000
1 Escritorio para Secretaria	75.000
2 Sillas Sub-Gerente	220.000
1 Silla Secretaria	75.000
4 Sillas de recibos	240.000

1 Maquina de Escribir	350.000
1 Microcomputador e Imp.	1.300.000
1 Archivador vertical	120.000
1 Caja Fuerte	300.000

Sub-Total	2.905.000
Total Muebles y Equipos	7.155.000

3.2. Herramientas

La dotación de de herramientas para cada taller se hizo lo más completa posible, a la vez que buscando el maximo tiempo de utilización de las mismas, pensando en la rotación entre alumnos.

Taller de Carpinteria	\$ 1.429.305
Taller de Talabarteria	632.879
Taller de Tejidos y Bordados	388.475
Taller de Orfebreria	1.422.671

Total	\$ 3.873.330

4- ORGANIZACION ADMINISTRATIVA

4.1. Estructura Administrativa

	Salario	Prestaciones
Director del Proyecto	500.000	
Asistente Administrativo	150.000	63.000
Secretaria	100.000	42.000
Mensajero	60.000	25.200
	-----	-----
Total Salarios Mensuales	810.000	130.200
Total Salarios Y Prestac. Anuales :		\$ 9.720.000

4.2. Gastos Generales

	Mensual	Anual
Mantenimiento	100.000	1.200.000
Agua Y Energia	100.000	1.200.000
Telefono	50.000	600.000
Papeleria	50.000	600.000
Utiles de aseo	20.000	240.000
	-----	-----
Total	320.000	3.840.000

5- INGRESOS DEL PROYECTO

Los precios y costos utilizados en el proyecto son a valor presente y se consideran fijos durante los 3 años como sistema de evaluación.

5.1. Matriculas de alumnos

Se calcula que cada alumno cancela \$ 50.000 por semestre, en cada uno de los 5 talleres considerando que Tejidos tiene 10 alumnos y Bordados otros diez.

5.2. Venta de Productos

Para las cantidades de producto se consideró la merma y el desperdicio ya calculado y se determinarán márgenes de venta bruto sobre el comparando con los precios reales de venta de los artesanos, ya que las características de las escuelas talleres no permiten que el precio de venta se calcule sobre costos totales.

Este margen que depende mucho de la complejidad artística del producto se considera un promedio entre los diferentes productos y en las diferentes etapas de aprendizaje.

Talleres	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Carpinteria	100 %	150 %	200 %
Talabarteria	100 %	200 %	200 %
Tejidos y Bordados	200 %	200 %	300 %
Orfebreria	100 %	150 %	150 %

Estos valores de venta son a un intermediario, y se calcularon conservadoramente sobre la experiencia y práctica de los artesanos consultados.

Sin embargo consideramos que la producción de estos talleres que tienen como fin especial la recuperación de valores, a la vez que ser vitrina de la artesanía de la región, pueden recibir un trato preferencial de ARTESANIAS DE COLOMBIA, quien los comercializaría, pero trasladando al proyecto el precio final de venta. Este Margen adicional lo calculamos en un 30% mínimo sobre el valor de venta.

6- UTILIDAD DEL PROYECTO

Más que el concepto de utilidad, debemos analizar el proyecto en términos de flujo de fondos, porque las características de los talleres no dirigen su operación a obtener utilidades y mostrar una rentabilidad atractiva, sino a realizar el proyecto con una inversión fija por parte de Artesanías de Colombia y a que su operación productiva genere ingresos para su continuidad.

- La actividad de formación no genera ingresos suficientes, ya que talleres de 10 alumnos con matriculas tan bajas, no cubren ni el costo de los instructores, que para efectos del estudio se ha estimado moderado, pero que en el momento de vincular a un artesano altamente calificado, puede ser mas alto.

- La productividad de los talleres dependerá en gran parte de la selección de los alumnos, ya que además de cualidades artisticas debe tener vocación de artesano y con clara intención de dedicarse a la actividad productiva.

Dependerá además, del programa de enseñanza y producción definido, y de la calidad artistica y docente del instructor.

- Aunque el proyecto considera la venta de los productos directamente a Artesanias de Colombia, la producción tendrá aceptación en el cliente final y para los observadores del museo viviente, si se tienen en cuenta diseños y productos de acuerdo al mercado, aunque guarden las características de la producción de la época de la colonia.

Consideramos que el resultado que arroja el proyecto en los tres años es muy sensible a la productividad, a la complejidad artística de los objetos y al precio final de venta, y que es sobre estos factores que se debe trabajar muy especialmente para mejorar los que han sido definidos.

Se puede observar en los resultados de cada taller, que solo el de Orfebrería alcanza a cubrir su parte proporcional de los gastos administrativos y dar una buena utilidad, debido a que mientras mayor sea el valor de los materiales, mayor es su valor agregado.

Pero en el análisis hay que tener en cuenta que el resultado es afectado por las pérdidas del primer año que son inevitables porque son escuelas, que inician la instrucción de un arte, con los factores antes descritos.

El resultado del estado de pérdidas y ganancias del que hemos llamado proyecto base, muestra pérdidas en el primer año de \$11.1 millones, que se recuperan en el tercero, para alcanzar una utilidad acumulada de \$2.2 millones.

PROYECTO BASE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS DEL PROYECTO

=====

INGRESOS	AÑO 1 =====	AÑO 2 =====	AÑO 3 =====	TOTAL =====
Matriculas de alumnos	5,000,000	5,000,000	5,000,000	15,000,000
Venta Prod. Carpinteria	1,842,373	3,701,196	5,921,913	11,465,481
Venta Prod. Talabarteria	1,703,722	4,563,540	5,476,248	11,743,510
Venta Prod. Tejidos y B	5,519,880	6,899,850	11,039,760	23,459,490
Venta Prod. Orfebreria	9,434,094	14,740,772	17,688,927	41,863,794
Margen por Vta directa	5,550,021	8,971,607	12,038,054	26,559,682
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	29,050,089	43,876,965	57,164,902	130,091,957
 EGRESOS				
Costo Mat. Carpinteria	1,315,981	1,644,976	1,973,971	4,934,927
Costo Mat. Talabarteria	1,216,944	1,521,180	1,825,416	4,563,540
Costo Mat. Tejidos y B.	1,839,960	2,299,950	2,759,940	6,899,850
Costo Mat. Orfebreria	5,241,164	6,551,454	7,861,745	19,654,363
Instructores de talleres	15,336,000	15,336,000	15,336,000	46,008,000
Gastos Administrativos	13,560,000	13,560,000	13,560,000	40,680,000
Gastos de Publicidad	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Gastos de Depreciacion	715,500	715,500	715,500	2,146,500
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	40,225,548	42,629,060	45,032,572	127,887,181
 UTILIDAD O PERDIDA	(11,175,459)	1,247,905	12,132,330	2,204,776
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULAD	(11,175,459)	(9,927,554)	2,204,776	

PROYECTO BASE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE CARPINTERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	1,842,373	3,701,196	5,921,913	11,465,481
Margen por Vta. directa	552,712	1,110,359	1,776,574	3,439,644

Total Ingresos	3,395,085	5,811,554	8,698,487	17,905,126
- Egresos				

Costo Materia Prima	1,315,981	1,644,976	1,973,971	4,934,927
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600

Sub-total	4,383,181	4,712,176	5,041,171	14,136,527
Utilidad o Perdida Bruta	(988,096)	1,099,378	3,657,316	3,768,598
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300

Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(4,043,196)	(1,955,722)	602,216	(5,396,702)

PROYECTO BASE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE TALABARTERIA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	T O T A L
- Ingresos				
Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	1,703,722	4,563,540	5,476,248	11,743,510
Margen por venta Directa	511,116	1,369,062	1,642,874	3,523,053
Total Ingresos	3,214,838	6,932,602	8,119,122	18,266,562
- Egresos				
Costo Materia Prima	1,216,944	1,521,180	1,825,416	4,563,540
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
Sub-total	4,284,144	4,588,380	4,892,616	13,765,140
Utilidad o perdida Bruta	(1,069,306)	2,344,222	3,226,506	4,501,422
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(4,124,406)	(710,878)	171,406	(4,663,878)

PROYECTO BASE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE TEJIDOS Y BORDADOS

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				
Matriculas de Alumnos	2,000,000	2,000,000	2,000,000	6,000,000
Venta Productos	5,519,880	6,899,850	11,039,760	23,459,490
Margen por Vta Directa	1,655,964	2,069,955	3,311,928	7,037,847
Total Ingresos	9,175,844	10,969,805	16,351,688	36,497,337
- Egresos				
Costo Materia Prima	1,839,960	2,299,950	2,759,940	6,899,850
Instructor	6,134,400	6,134,400	6,134,400	18,403,200
Sub-total	7,974,360	8,434,350	8,894,340	25,303,050
Utilidad o perdida Bruta	1,201,484	2,535,455	7,457,348	11,194,287
Gastos Administrativos	5,424,000	5,424,000	5,424,000	16,272,000
Gastos de Publicidad	400,000	400,000	400,000	1,200,000
Gastos de Depreciacion	286,200	286,200	286,200	858,600
Otros Egresos	6,110,200	6,110,200	6,110,200	18,330,600
Utilidad o Perdida Neta	(4,908,716)	(3,574,745)	1,347,148	(7,136,313)

PROYECTO BASE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE ORFEBRERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	9,434,094	14,740,772	17,688,927	41,863,794
Margen por Vta. Directa	2,830,228	4,422,232	5,306,678	12,559,138
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	13,264,323	20,163,004	23,995,605	57,422,932
- Egresos				

Costo Materia Prima	5,241,164	6,551,454	7,861,745	19,654,363
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
	-----	-----	-----	-----
	8,308,364	9,618,654	10,928,945	28,855,963
Utilidad o Perdida bruta	4,955,959	10,544,350	13,066,660	28,566,969
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	1,900,859	7,489,250	10,011,560	19,401,669

7- FLUJO DE FONDOS

7.1. Inversión de ARTESANIAS DE COLOMBIA

Se considera que la inversión de Artesanias es de \$25.000.000, que se utilizará no solo para la compra de activos, sino también como capital de trabajo en el primer año.

7.2. Ingresos por Ventas

Se establece un plazo de recuperación de cartera máximo de 60 días, considerando que los objetos producidos son comprados por ARTESANIAS DE COL. en el mismo mes.

7.3. Egresos

Los gastos se consideran causados en el mismo período, ya así debe ser lo relacionado con salarios y servicios.

Las compras de materiales se deben realizar buscando los máximos descuentos, para aumentar el margen de venta, por lo tanto las consideramos con pagos de contado.

7.4. Caja Final

Los \$ 25 millones de aporte de Artesanías de Colombia, cubren las inversiones en muebles y equipos, y en herramientas de los talleres, que suman \$ 11 millones. Los \$14 millones restantes se utilizan en cubrir el déficit operativo del primer año de operación, y el flujo que resulta al final del período puede utilizarse de acuerdo a las políticas que defina la Gerencia de Artesanías de Colombia. Pero podemos plantear dos opciones para estudiar y evaluar durante el desarrollo del proyecto:

- Buscando completar el objetivo del estudio, que es capacitar artesanos de la región, que recuperen los valores artísticos tradicionales, para lo cual deben ejercer una labor productiva continua, se puede pensar que al terminar el período de capacitación, se le reintegre en herramientas o materiales el valor que ha cancelado por matrícula.

- Si la evaluación de este proyecto, después de realizado es positiva y resulta para Artesanías de Colombia, atractiva su repetición, puede continuar con el dinero resultante en la caja final.

F L U J O D E F O N D O S

=====

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	T O T A L
	=====	=====	=====	=====	=====	=====
FUENTES						
Inversion ARTESANIA	25,000,000					25,000,000
Matriculas alumnos		5,000,000	5,000,000	5,000,000		15,000,000
Ingresos de Ventas		15,262,557	27,909,432	38,338,087	7,022,198	88,532,275
Margen por venta Directa		4,578,767	8,372,830	11,501,426	2,106,660	26,559,682
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>						
Total Fuentes	25,000,000	24,841,324	41,282,262	54,839,513	9,128,858	155,091,957
USOS						
Muebles y Equipos	7,155,000					7,155,000
Herramientas de talleres	3,873,330					3,873,330
Materia Prima		9,614,048	12,017,560	14,421,072		36,052,681
Costo instructores		15,336,000	15,336,000	15,336,000		46,008,000
Gastos Administrativos		13,560,000	13,560,000	13,560,000		40,680,000
Gastos de Publicidad		1,000,000	1,000,000	1,000,000		3,000,000
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>						
	11,028,330	39,510,048	41,913,560	44,317,072		136,769,011
INGRESOS - EGRESOS	13,971,670	(14,668,724)	(631,298)	10,522,441	9,128,858	18,322,946
CAJA INICIAL		13,971,670	(697,055)	(1,328,353)	9,194,088	
INGRESOS-EGRESOS		(14,668,724)	(631,298)	10,522,441	9,128,858	
CAJA FINAL		(697,055)	(1,328,353)	9,194,088	18,322,946	

8- ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Considerando que las variables mas significativas de este modelo económico son: la productividad de los talleres y el precio de venta de los productos, hemos realizado los siguientes cambios al proyecto base :

ALTERNATIVA 1A.

Incrementar el margen de venta directa de 30% a 40%, obteniendo un mejor nivel de precios para los productos:

Utilidad del Proyecto:	\$ 11.058.004
Caja Final	27.176.173

ALTERNATIVA 2A.

Incrementar la productividad de los talleres en un 20%, y generar así un mayor ingreso.

Utilidad del Proyecto:	\$ 18.012.632
Caja Final	34.130.801

ALTERNATIVA 3A.

Disminuir la productividad en un 20%, pensando que el sistema de enseñanza no alcance a desarrollarse según lo previsto.

Utilidad del Proyecto	\$(13.603.079)
Caja Final	2.515.091

C O N C L U S I O N E S

1- El estudio de mercados y la información obtenida de fuentes alternas, indican que el proyecto tiene atractivo turístico para la ciudad, y el lugar donde estarían ubicados los talleres, el Claustro de San Francisco, puede convertirse en centro obligado de visita para turistas y habitantes de la ciudad.

2- La creación de los talleres es factible con una inversión inicial de ARTESANIAS DE COLOMBIA de \$ 25 millones de pesos , que se complementaría con los ingresos que generen por producción cada taller. El éxito y la continuidad del proyecto depende completamente de que todos los estamentos que intervengan en él entiendan y acepten el sistema de aprendizaje productivo, especialmente instructores y alumnos.

Es por eso muy importante la selección que se realice para vincular los artesanos aprendices, y los instructores de cada taller.

3- El estudio de mercados arrojó que los productos señalados en las encuestas, que tienen la característica de ser

hechos con herramientas y técnicas de la época de la colonia, tendrían buena aceptación general por parte de turistas nacionales y extranjeros, y en menor grado para los clientes locales.

El museo vivo y la exposición permanente, aportan un nuevo elemento de publicidad, generador de demanda para los productos observados, que ampliarían el mercado potencial detectado.

En el caso de los habitantes de la ciudad, que según la investigación, resultaron los menos interesados en los productos, creemos que la exposición viva si será atractiva y educativa para grandes y chicos, y que será entonces un nuevo factor a evaluar.

4- Es objetivo del proyecto que los artesanos ya preparados comercialicen directamente su producción, después de terminado el curso, y el estudio de mercado lo que busca en primer lugar, es conocer el futuro comercial que le espera a los artesanos, para prepararlos y orientarlos en su producción, desde el inicio de sus actividades.

5- La producción que generen las escuelas talleres, debe ser

comercializada por ARTESANIAS DE COLOMBIA, trasladando de inmediato el precio final de venta al proyecto, para asegurar la liquidez del mismo.

6- El proyecto, para convertirse en centro y atractivo turístico necesita el apoyo de entidades públicas y privadas vinculadas al sector, que conociendo el aporte a la cultura regional, lo promocionen e incluyan en sus programas.

7- No se incluyó en el estudio, el taller de papel hecho a mano, por no encontrar en la ciudad personas capacitadas en este arte que pudieran aportar conocimientos y experiencias.

RECOMENDACIONES

- 1- Exponer el proyecto a las personas y entidades que de una u otra forma tengan incidencia en su desarrollo, buscando un apoyo real, traducido en promoción y aportes.
- 2- Elaborar los programas academicos de los talleres, para iniciar en el menor tiempo el desarrollo del proyecto, poniendo especial atención al de Orfebrería por ser el mas rentable y el que con sus ingresos absorve los gastos administrativos fijos, que los otros talleres no cubren en su totalidad.
- 3- Definir la elección de los instructores, parte fundamental en el éxito del proyecto, y que por la poca tradición artesanal de nuestra región, no es tarea facil.
- 4- Buscar que el Claustro de San Francisco sea sitio obligado de programas turisticos, tanto para viajeros en cruceros, como para excursiones de turistas nacionales y Extranjeros.

A N E X O S

I N V E S T I G A C I O N D E M E R C A D O S

RESUMEN DE LA MUESTRA

	Artesa. Joyerías Cueros Muebles				Total	%	Guías	Total	%
	-----	-----	-----	-----					
ente Local	3	1	0	0	4	13%	?	4	8%
dos y Bordados									
Crucero	7	0	0	0	7	23%	19	26	52%
Amer. Europ.	9	0	0	0	9	30%	18	27	54%
Nacional	7	0	0	0	7	23%	11	18	36%
ente Local	5	0	0	0	5	17%	?	5	10%
o									
Crucero	5	0	3	0	8	27%	10	18	36%
Amer. Europ.	7	0	3	0	10	33%	15	25	50%
Nacional	4	0	0	0	4	13%	6	10	20%
ente Local	3	0	2	2	7	23%	?	7	14%
ra									
Crucero	2	0	0	0	2	7%	6	8	16%
Amer. Europ.	3	0	0	0	3	10%	8	11	22%
Nacional	2	0	0	0	2	7%	8	10	20%
ente Local	3	0	0	0	3	10%	?	3	6%
el									
Crucero	3	0	0	0	3	10%	7	10	20%
Amer. Europ.	4	0	0	0	4	13%	12	16	32%
Nacional	0	0	0	0	0	0%	3	3	6%
ente Local	0	0	0	0	0	0%	?	0	0%
					0	0%			
dos de Comp.	10	7	2	3	22	73%	19	41	82%

CUESTA A ALMACENES

Convenciones: SI= 1
 NO= 0
 NO SABEN= ?

ALMACENES DE ARTESANIA

Actividad	1	2	3	4	5	Sub-T	6	7	8	9	10	11	12	Total	%
Actividad	Bovedas		Lag.	Centro	Centro	C. San C.	C. San C.	Centro	Arsenal		
										Felipe					
Comerc.															
Alfareria	1	1	1	1	0	4	1	1	1	1	1	1	0	10	83%
Alfardados y Bor.	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	0	1	0	10	83%
Alfardados en Cuero	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	0	1	1	11	92%
Alfardados	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	8%
Centros															
Alfardados ranjeros	60	45	40	80	10	47	70	100	34	80	20	15	95	58	
Alfardados ionales	30	50	50	15	80	45	20	0	33	20	80	5	5	26	
Alfardados ales	10	5	10	5	10	8	10	0	33	0	0	80	0	16	
Locales															
Alfardados can O.Autoc.	0	1	1	1	1	4	1	?	0	?	?	0	?	5	42%
Alfardados oran P.Manual	0	1	0	1	1	3	1	?	0	?	?	0	?	4	33%
Alfardados oran O.Costosos	0	0	0	0	0	0	0	?	0	?	?	1	?	1	8%
Alfardados ptan Sugerenc.	1	0	1	1	1	4	1	?	1	?	?	1	?	7	58%
Alfardados mas comprados	Joyas	Tej.	Otros	Tej.	Tej.		Tej.		Tej.			Cuero	Joyas		
	Tej.	Otros													
Presidencia de comp.															
Alfardados															
Alfardados can O.Autoctono	1	1	1	1	1	5	1	1	?	?	?	?	?	7	58%
Alfardados oran P.Manual	1	1	1	1	1	5	1	1	?	?	?	?	?	7	58%
Alfardados oran O.Costosos	1	0	0	1	0	2	1	1	?	?	?	?	?	4	33%
Alfardados ptan Sugerenc.	0	0	0	1	1	2	1	1	?	?	?	?	?	4	33%
Alfardados mas comprados	Cuero	Tej.	Tej.	Otros	Tej.		Otros	Joyas							
	Joyas	Otros													
Am. Americ. Euro															
Alfardados can O.Autoctono	1	1	1	1	1	5	1	1	1	0	0	0	1	9	75%
Alfardados oran P.Manual	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	0	1	1	11	92%
Alfardados oran O.Costosos	0	1	1	1	0	3	1	1	1	1	0	0	1	8	67%
Alfardados ptan Sugerenc.	0	1	0	1	0	2	1	1	1	0	0	0	1	6	50%
Alfardados mas comprados	Cuero	Tej.	Tej.	Otros	Tej.		Otros	Joyas	Cuero	Cuero	Otros	Cuero	Otros		
	Joyas	Otros						Otros	Joyas	Joyas					
Nacional															
Alfardados can O.Autoctono	1	1	0	1	1	4	1	?	1	0	1	0	?	7	58%
Alfardados oran P.Manual	0	1	0	1	1	3	1	?	0	1	0	0	?	5	42%
Alfardados oran O.Costosos	0	0	0	0	1	1	0	?	0	0	0	0	?	1	8%
Alfardados ptan Sugerenc.	1	0	0	0	1	2	1	?	0	0	1	0	?	4	33%
Alfardados mas comprados	Otros	Tej.	Otros	Otros	Tej.		Otros		Tej.	Otros	Joyas	Otros			
									Otros		Otros				
Union del Entrev.															
Alfareria y Plat.															
Alfardados Crucero	1	0	1	1	?	3	1	0	?	?	1	?	?	5	42%
Alfardados . Amer. Europ.	1	1	1	1	?	4	1	0	1	1	1	0	1	9	75%
Alfardados Nacional	1	0	0	1	?	2	0	?	1	1	1	0	1	6	50%

CUESTA A ALMACENES

Convenciones: SI= 1
 NO= 0
 NO SABEN= ?

ALMACENES DE ARTESANIA

Mostrador	1	2	3	4	5	Sub-T	6	7	8	9	10	11	12	Total	%
ente Local	1	0	0	1	?	2	1	?	0	?	0	0	?	3	25%
idos y Bordados															
Crucero	1	1	1	1	0	4	1	0	?	?	1	1	?	7	58%
. Amer. Europ.	1	1	1	1	0	4	1	0	1	1	1	0	1	9	75%
Nacional	1	1	1	0	1	4	1	?	0	0	1	0	1	7	58%
ente Local	1	1	1	0	1	4	1	?	0	?	0	0	?	5	42%
ero															
Crucero	1	1	0	1	0	3	0	1	?	?	1	?	?	5	42%
. Amer. Europ.	0	1	0	1	0	2	0	1	1	1	1	0	1	7	58%
Nacional	0	1	1	0	0	2	0	?	0	0	1	0	1	4	33%
ente Local	0	0	1	0	0	1	0	?	1	?	0	1	?	3	25%
lera															
Crucero	0	0	?	?	?	0	?	1	0	?	1	?	?	2	17%
. Amer. Europ.	0	0	?	?	?	0	?	1	1	0	1	0	?	3	25%
Nacional	0	0	?	?	?	0	?	?	1	0	1	0	?	2	17%
ente Local	1	0	?	?	?	1	?	?	1	?	0	1	?	3	25%
del															
Crucero	1	?	1	?	?	2	?	1	?	?	?	?	?	3	25%
. Amer. Europ.	1	?	1	?	?	2	?	1	1	?	?	0	?	4	33%
Nacional	0	?	0	?	?	0	?	?	0	?	?	0	?	0	0%
ente Local	0	?	0	?	?	0	?	?	0	?	?	0	?	0	0%
idos de Comp.	1	1	1	1	?	4	1	1	1	1	1	1	?	10	83%

ESTA A ALMACENES

RIAS

Convenciones: SI= 1
 NO= 0
 NO SABEN= ?

Muestra	1	2	3	4	5	Sub-T	6	7	8	9	10	Total	%
	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Crucero	1	1	1	1	1	5	?	?	1	?	?	6	60%
Can. Amer. Europ.	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	10	100%
Nacional	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	2	20%
Cliente Local	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	10%
Medidos de Comp.	1	?	1	1	1	4	?	1	1	?	1	7	70%

CUESTA A ALMACENES

RO Y MUEBLES

	1	2	3	4	T.Cuero	%	1	2	3	4	T. Muebles	%
					=====	=====					=====	=====
Realizacion	B/gde	Centro	Centro	Laguito			Centro	Centro	B/gde	Arsenal		
Comerc.												
Alfombra	1	0	0	0	1	25%	0	0	0	0	0	0%
Alfombras y Bor.	0	0	0	0	0	0%	0	0	1	0	0	0%
Alfombras en Cuero	1	1	1	1	4	100%	1	1	0	0	2	50%
Alfombras	0	0	0	0	0	0%	1	1	1	1	4	100%
Industriales												
Alfombras	70	40	70	60	60		0	0	20	0	5	
Alfombras	30	0	0	30	15		0	0	20	0	5	
Alfombras	0	60	30	10	25		100	100	60	100	90	
Locales												
Alfombras D.Autoct.	?	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0	0%
Alfombras P.Manual	?	0	1	0	1	25%	1	1	1	1	4	100%
Alfombras P.O.Costosos	?	1	1	1	3	75%	1	1	1	1	4	100%
Alfombras P.Sugerenc.	?	1	1	0	2	50%	1	1	1	1	4	100%
Alfombras comprados		Bolsos	Bolsos	Maletas								
Industria de comp.												
Industriales												
Alfombras D.Autoctono	?	?	?	1	1	25%	?	?	?	?		
Alfombras P.Manual	?	?	?	1	1	25%	?	?	?	?		
Alfombras P.O.Costosos	?	?	?	1	1	25%	?	?	?	?		
Alfombras P.Sugerenc.	?	?	?	0	0	0%	?	?	?	?		
Alfombras comprados												
Industria. Americ. Europ.												
Alfombras D.Autoctono	0	1	1	1	3	75%	0	0	1	0	1	25%
Alfombras P.Manual	1	1	1	1	4	100%	0	0	1	0	1	25%
Alfombras P.O.Costosos	1	1	1	1	4	100%	0	0	0	0	0	0%
Alfombras P.Sugerenc.	1	1	1	0	3	75%	0	0	0	0	0	0%
Alfombras comprados		Bolsos										
Nacional												
Alfombras D.Autoctono	0	0	?	0	0	0%	?	?	?	?		
Alfombras P.Manual	0	0	?	0	0	0%	?	?	?	?		
Alfombras P.O.Costosos	0	1	?	1	2	50%	?	?	?	?		
Alfombras P.Sugerenc.	0	1	?	0	1	25%	?	?	?	?		
Alfombras comprados		Zapatos			0	0%						
Union del Entrev.												
Industriales												
Alfombras Crucero	?	1	1	1	3	75%	0	0	0	0	0	0%
Alfombras Amer. Europ.	0	1	1	1	3	75%	0	0	0	0	0	0%
Alfombras Nacional	0	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0	0%

ENCUESTA A ALMACENES

ALMOGAMO Y MUEBLES

	1	2	3	4	T.Cuero	%	1	2	3	4	T. Muebles	%
	-----	-----	-----	-----	=====	=====	-----	-----	-----	-----	=====	=====
ente Local	0	1	1	0	2	50%	1	1	0	0	2	50%
dera												
Crucero	?	?	?	?	0	0%	0	0	0	0	0	0%
n. Amer. Europ.	?	?	?	?	0	0%	0	0	0	0	0	0%
Nacional	?	?	?	?	0	0%	0	0	0	0	0	0%
ente Local	?	?	?	?	0	0%	1	1	1	1	4	100%
idos de Comp.	?	1	1	0	2	50%	1	1	1	?	3	75%

CUESTA A GUIAS TURISTICOS

Mostr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Regio de Guias.	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
os de Profesion.	30	25	45	22	20	19	17	17	15	15	15	14	14	14	12
omas	1	1	1	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	1	1
encias de Viaje	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
a a:															
ista Nal.	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ranjero	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
a fuera C/gena	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
ndencia de comp.															
iceros															
can G.Autoctono	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
oran P.Manual	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
pran G.Costosos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
ptan Sugerenc.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
mas comprados	Joyas	Joyas	Cuero	Joyas	Joyas	Cuero	Joyas	Cuero	Joyas	Joyas	Joyas	Cuero	Cuero	Cuero	Cuero
	Cuero	Cuero	Joyas	Cuero	Otros	Joyas	Otros	Joyas	Tejidos		Tejidos	Joyas	Joyas	Joyas	Joyas
na. Americ. Europ.															
can G.Autoctono	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1
oran P.Manual	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
pran G.Costosos	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
ptan Sugerenc.	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
mas comprados	Joyas	Joyas	Joyas	Cuero	Cuero	Joyas	Cuero	Cuero	Joyas	Joyas	Cuero	Otros	Cuero	Cuero	Cuero
	Tejidos	Cuero	Cuero	Joyas		Tejidos	Otros	Joyas	Tejidos		Joyas		Joyas	Joyas	Joyas
Nacional															
can G.Autoctono	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1
oran P.Manual	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
pran G.Costosos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ptan Sugerenc.	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1
mas comprados	Tejidos	Otros	Otros	Tejidos	Tejidos	Tejidos	Tejidos	Otros	Tejidos	Tejidos	Tejidos	Tejidos	Tejidos	Tejidos	Cuero
															Joyas
Union del Entrev.															
Febreria y Plat.															
Crucero	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
. Amer. Europ.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
Nacional	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0
idos y Bordados															
Crucero	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
. Amer. Europ.	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Nacional	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1

ENCUESTA A GUIAS TURISTICOS

Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Crucero	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1
Amer. Europ.	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
Nacional	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0
Altera															
Crucero	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
Amer. Europ.	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
Nacional	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1
Del															
Crucero	0	?	1	0	0	0	0	1	0	?	1	0	0	1	1
Amer. Europ.	1	?	1	0	1	0	1	0	0	?	1	1	0	1	1
Nacional	0	?	0	0	0	0	0	1	1	?	0	0	0	0	1
Recomend. de Comp.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	?	1	1	1	1	1

ENCUESTA
=====

Encuesta	16	17	18	19	20	Total	%
	-----	-----	-----	-----	-----	=====	=====
Regio de Guias.	1	1	1	1	1	19	95%
os de Profesion.	12	7	7	6	5	17	Prom.
omas	2	2	3	2	1	2	Prom.
encias de Viaje	1	1	1	1	1	20	100%
na a:							
ista Nal.	0	1	1	1	1	17	85%
ranjero	1	1	1	1	1	20	100%
a fuera C/gena	1	1	1	0	1	15	75%
ndencia de comp.							
uceros							
scan O.Autoctono	1	1	0	1	1	18	90%
loran P.Manual	0	1	1	1	1	19	95%
apran O.Costosos	0	0	1	0	1	15	75%
eptan Sugerenc.	1	1	1	1	1	19	95%
mas comprados	Cuero Joyas	Tejidos	Joyas	Cuero Joyas	Joyas Tejidos		
na. Americ. Euro							
scan O.Autoctono	0	1	1	1	0	14	70%
loran P.Manual	1	1	1	1	1	19	95%
apran O.Costosos	1	0	0	1	1	9	45%
eptan Sugerenc.	1	0	1	1	1	17	85%
mas comprados	Joyas Tejidos	Tejidos	Cuero Tejidos	Cuero Tejidos	Cuero Tejidos		
Nacional							
scan O.Autoctono	?	0	0	0	0	6	30%
loran P.Manual	?	1	1	0	0	14	70%
apran O.Costosos	?	0	0	0	0	0	0%
eptan Sugerenc.	?	0	0	0	0	6	30%
mas comprados	Tejidos	Tejidos	Otros	Tejidos			
inion del Entrev							
febreria y Plat.							
Crucero	1	1	1	0	1	16	80%
a. Amer. Europ.	0	0	1	1	1	17	85%
Nacional	0	0	0	0	0	4	20%
idos y Bordados							
Crucero	1	1	1	1	1	19	95%
a. Amer. Europ.	0	1	1	1	1	18	90%
Nacional	0	0	1	0	1	11	55%

ENCUESTA

Encuesta	16	17	18	19	20	Total	%
Crucero	0	0	1	0	0	10	50%
n. Amer. Europ.	1	0	1	1	0	15	75%
Nacional	0	0	0	0	0	6	30%
Crucero	0	0	1	0	0	6	30%
n. Amer. Europ.	0	0	1	1	0	8	40%
Nacional	0	1	0	0	0	8	40%
Crucero	0	1	1	0	0	7	35%
n. Amer. Europ.	1	1	1	1	0	12	60%
Nacional	0	0	0	0	0	3	15%
Comend. de Comp.	1	1	1	1	1	19	95%

ENCUESTA A ALMACENES

Fecha: _____ Ciudad: _____

1- Razon Social: _____

2- Direccion: _____

3- Objetos que Comercializan

Orfebreria en Oro y Plata	SI _____	NO _____	
Tejidos y Bordados	SI _____	NO _____	
Productos en cuero	SI _____	NO _____	
Muebles	SI _____	NO _____	

4- Exponga la proporcion de sus clientes %

Turistas Extranjeros	_____
Turistas Nacionales	_____
Clientes Locales	_____

6- En relacion con los clientes locales que tendencia de compra observa

Buscan objetos autóctonos	SI _____	NO _____	
Valoran los objetos prod. manualmente	SI _____	NO _____	
Compran Objetos Costosos	SI _____	NO _____	
Aceptan Sugerencias de compra	SI _____	NO _____	
Que objetos son los mas comprados	En cuero _____		
Joyas _____, En telas o tejidos _____ y	Otros _____		

7- En su relacion con el turista que tendencia de compra observa de acuerdo a la clase de turismo:

7-1 De Cruceros

Buscan Objetos Autóctonos	SI _____	NO _____	
Valoran los Objetos Prod. manualmente	SI _____	NO _____	
Compran Objetos Costosos	SI _____	NO _____	
Aceptan Sugerencias de compra	SI _____	NO _____	
Que objetos son los mas comprados	En cuero _____		
Joyas _____, En telas o tejidos y	Otros _____		

7-2 Canadiense , Norteamericano y Europeo (F.Class)

Buscan Objetos Autóctonos	SI _____	NO _____	
Valoran Los Objetos Prod. Manualmente	SI _____	NO _____	
Compran Objetos Costosos	SI _____	NO _____	
Aceptan Sugerencias de Compra	SI _____	NO _____	
Que Objetos son los mas Comprados	En cuero _____		
Joyas _____, En telas o tejidos y	Otros _____		

7-3 Turista Nacional

Buscan Objetos Autóctonos	SI	_____	NO	_____
Valoran Los Objetos Prod. Manualmente	SI	_____	NO	_____
Compran Objetos Costosos	SI	_____	NO	_____
Aceptan Sugerencias de Compra	SI	_____	NO	_____
Que objetos son los mas comprados :	En Cuero	_____		
Joyas _____, En telas o tejidos y	Otros	_____		

8- En el evento de estar a la venta objetos artesanales hechos con las herramientas y las técnicas de la época de la colonia, y cuyo proceso productivo podrá ser observado en un museo vivo, cual es su opinión sobre los siguientes puntos : (Considerar que los turistas contarían con facilidades para transportar los objetos a su país).

8-1 Comprarian los Clientes productos de Orfebrería, de oro y plata como Joyas , Candelabros, Bandejas etc.

Turista de Crucero	SI	_____	NO	_____
Canadiense , Americano o Europeo	SI	_____	NO	_____
Turista Nacional	SI	_____	NO	_____
Cliente Local	SI	_____	NO	_____

8-2 Comprarian los clientes tejidos y bordados en piezas individuales o aplicadas a confecciones y de lencería.

Turista de Crucero	SI	_____	NO	_____
Canadiense , Americano o Europeo	SI	_____	NO	_____
Turista Nacional	SI	_____	NO	_____
Cliente Local	SI	_____	NO	_____

8-3 Comprarian los clientes productos de cuero repujado y tallado como artículos de escritorio y objetos ecuestres

Turista de Crucero	SI	_____	NO	_____
Canadiense , Americano o Europeo	SI	_____	NO	_____
Turista Nacional	SI	_____	NO	_____
Cliente Local	SI	_____	NO	_____

8-4 Comprarian los clientes muebles tallados en madera, combinados con paja o cuero, como mesas, baúles, biombos, banquetas de tijera

Turista de Crucero	SI	_____	NO	_____
Canadiense , Americano o Europeo	SI	_____	NO	_____
Turista Nacional	SI	_____	NO	_____
Cliente Local	SI	_____	NO	_____

8-5 Comprarian los clientes papel hecho a mano como el

pergamino, o copias facsimiles de libros con técnicas de impresión de esa época, encuadernados en cuero

Turista de Crucero	SI _____	NO _____
Canadiense , Americano o Europeo	SI _____	NO _____
Turista Nacional	SI _____	NO _____
Cliente Local	SI _____	NO _____

8-6 Haria Usted pedidos de los productos antes descritos directamente a los artesanos que los produzcan para comercializarlos: SI _____ NO _____

8-7 El porque de su respuesta anterior

Entrevistador _____

ENCUESTA A GUIAS TURISTICOS

Fecha: _____ Ciudad: _____

- 1- Pertenece al Colegio de Guías Turísticas de Cartagena :
Si _____ No _____
- 2- Cuantos años tiene de ejercer esta profesión : _____
- 3- Que idiomas diferentes al Español habla: Inglés _____
Francés _____ Italiano _____ Otro _____
- 4- Trabaja con agencias de Viaje : Si _____ NO _____
- 5- Guía al turista Nacional _____ Extranjero _____
- 6- Desempeña su profesión de guía, además de Cartagena, en regiones o poblaciones cercanas: Si _____ No _____
- 7- En su relación con el turista que tendencia de compra observa de acuerdo a la clase de turismo:

7-1 De Cruceros

Buscan Objetos Autóctonos	SI _____	NO _____	
Valoran los Objetos Prod. manualmente	SI _____	NO _____	
Compran Objetos Costosos	SI _____	NO _____	
Aceptan Sugerencias de compra	SI _____	NO _____	
Que objetos son los mas comprados :	En cuero _____		
Joyas _____, En telas o tejidos _____	y Otros _____		

7-2 Canadiense , Norteamericano y Europeo (F.Class)

Buscan Objetos Autóctonos	SI ----	NO ----	
Valoran Los Objetos Prod. Manualmente	SI ----	NO ----	
Compran Objetos Costosos	SI ----	NO ----	
Aceptan Sugerencias de Compra	SI ----	NO ----	
Que Objetos son los mas Comprados	En cuero _____		
Joyas _____, En telas o tejidos _____	y Otros _____		

7-3 Turista Nacional

Buscan Objetos Autóctonos	SI ----	NO ----	
Valoran Los Objetos Prod. Manualmente	SI ----	NO ----	
Compran Objetos Costosos	SI ----	NO ----	
Aceptan Sugerencias de Compra	SI ----	NO ----	
Que objetos son los mas comprados	En Cuero _____		
Joyas _____, En telas o tejidos _____	y Otros _____		

8- En el evento de estar a la venta objetos artesanales hechos con las herramientas y las técnicas de la época de la colonia, y cuyo proceso productivo podrá ser observado en un museo vivo, cual es su opinión sobre los siguientes puntos: (Considerar que los Turistas contarían con facilidades para transportar los objetos a su país).

8-1 Comprarian los turistas productos de Orfebreria, de oro y plata como Joyas , Candelabros, Bandejas etc.

Turista de Crucero	SI _____	NO _____
Canadiense , Americano o Europeo	SI _____	NO _____
Turista Nacional	SI _____	NO _____

8-2 Comprarian los turistas tejidos y bordados en piezas individuales o aplicadas a confecciones femeninas y de lenceria .

Turista de Crucero	SI _____	NO _____
Canadiense , Americano o Europeo	SI _____	NO _____
Turista Nacional	SI _____	NO _____

8-3 Comprarian los turistas productos de cuero repujado y tallado como articulos de escritorio y objetos ecuestres

Turista de Crucero	SI _____	NO _____
Canadiense , Americano o Europeo	SI _____	NO _____
Turista Nacional	SI _____	NO _____

8-4 Comprarian los turistas muebles tallados en madera, combinados con paja o cuero, como mesas, baúles, biombos, banquetas de tijera

Turista de Crucero	SI _____	NO _____
Canadiense , Americano o Europeo	SI _____	NO _____
Turista Nacional	SI _____	NO _____

8-5 Comprarian los turistas papel hecho a mano como el pergamino, o copias facsimiles de libros con técnicas de impresión de esa época, encuadernados en cuero

Turista de Crucero	SI _____	NO _____
Canadiense , Americano o Europeo	SI _____	NO _____
Turista Nacional	SI _____	NO _____

8-6 Recomendaria Usted al turista la compra de los articulos antes descritos

SI _____	NO _____
----------	----------

8-7 El porque de su respuesta anterior

Entrevistador

A N E X O S

EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

WALLER DE CARPINTERIA Y TALLA DE MADERA

Herramientas y Equipos

Descripción	Cantida	Vr. Unit.	Valor Total
Tablones de trabajo (1 Mt.*0.8*3)	4	100,000	400,000
Carro	1	100,000	100,000
Tablones de herram. (0.7mt*0.6*0.6)	2	60,000	120,000
			620,000

Herramientas

Descripción	Cantida	Valor Unit.	Valor Total
Tronco de Mano	1	7,803	7,803
Destornillador y Juego de Mecha	1	9,690	9,690
Panel o cepillo de vuelta	1	5,049	5,049
Cuadras metalicas de 90 grados	5	2,958	14,790
Cintas o flexometros de 5 metros	10	1,530	15,300
Cuadra Plana Grande metalica de 1 mt.	1	10,047	10,047
Cepillo No. 5	1	31,023	31,023
Chillitas para cepillo No. 5	3	4,896	14,688
Cepillo No.3	1	24,990	24,990
Chillitas para cepillo No. 3	3	4,488	13,464
Cepillo No.7 (Garlopa)	1	54,366	54,366
Chillitas para cepillo No. 7	3	4,896	14,688
Chillitas de 1/2"	5	3,264	16,320
Chillitas de 1"	5	3,927	19,635
Chillitas de 1/4	5	3,616	18,080
Chillitas(Juegos desde 1/4 hasta 2")	10	34,990	349,900
Chillitas de afilar	10	4,376	43,760
Chillitas	2	4,000	8,000
Chillitas de 12"	2	14,076	28,152
Destornilladores de pala de 8"	2	2,550	5,100
Destornilladores de Pala de 10"	2	3,672	7,344
Destornilladores de Pala de 12"	2	3,978	7,956
Destornilladores Estrias(Juego)	1	7,650	7,650
Chillitas de 24"	3	5,095	15,285
Chillitas de 12"	3	3,866	11,598
Chillitas de costilla	3	4,233	12,699
Chillitas Triangulares de 8"	5	4,590	22,950

Amil de madera	4	5,000	20,000
Artillos de uña	10	3,774	37,740
Artillos de Bola	10	4,284	42,840
Asas Escuadras	5	4,947	24,735
Beduquillo	1	6,000	6,000
Bhuela	1	5,304	5,304
Cofina de 12"	5	6,049	30,245
Ciscador	4	4,000	16,000
Cerco de segueta	5	2,958	14,790
Cuchillas de segueta	50	775	38,750
Formol Triangular	5	5,500	27,500
Gasas de banco No.5	5	56,508	282,540
Gasas Tipo Sargento para sillas	2	14,137	28,274
Gasas en C No. 8	5	12,852	64,260

1,429,305

Merca Prima

Descripción	Cantida	Valor Unit.	Valor Total
Madera Roble (Tablas de 1"*10"*10 pies)	20	4,167	83,340
Madera Roble (Listones de 5"*5"*10 pies)	30	10,416	312,480
Madera Cedro (Tablas de 1"*10"*10 pies)	20	5,583	111,660
Madera Cedro (Listones de 5"*5"*10 pies)	30	13,958	418,740
Madera Ceibacedro (Tablas de 1"*10"*10	20	5,583	111,660
Madera Ceiba (Listones de 5"*5"*10 pies)	30	13,958	418,740
Almante para madera (Gls)	3	5,300	15,900
Alcohol de 90 grados (galones)	4	4,000	16,000
Amor (Galon)	1	2,464	2,464
Permanganato (Libra)	0.5	4,000	2,000
Soda Caustica (Libra)	0.5	500	250
Sulfato de hierro (Libra)	0.5	200	100
Sulfomato (Libra)	0.5	2,000	1,000
Seite linaza (Galon)	1	12,000	12,000
Sementina (Galon)	1	17,600	17,600
Serafina (Kilo)	1	1,300	1,300
Sochas de 2"	5	1,734	8,670
Sochas de 1"	5	969	4,845
Sochas de 3"	5	3,876	19,380
Sochas de 4"	5	6,222	31,110
Tela franela (Metros)	20	500	10,000
Telas de Agua (De la No. 80 hasta 600)P	40	311	12,444
Teril No. 80 (Metros)	10	3,329	33,293

1,644,976

ALLER DE TALABARTERIA Y MARROQUINERIA

ables y Equipos

Descripción	Cantidad	Vr. Unit.	Valor Total
asas de trabajo de 0.9 mt.*0.6*0.6			
o gabetero y banco	10	80,000	800,000
sa de corte de 2mt de largo,*0.9*0.7	1	100,000	100,000
ario para cueros	1	100,000	100,000
ario para ropa y objetos	1	100,000	100,000
			1,100,000

rramientas

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
chillos de Zapateria	10	510	5,100
azas	5	3,500	17,500
tros	10	1,800	18,000
acas de hierro galv. 30*40 de 1"	10	21,214	212,139
tillos de bola de 1/2 lb.	10	2,550	25,500
tillos de uña	10	3,774	37,740
enas	10	800	8,000
ijas para cocer cuero	10	200	2,000
abocados No. 1 al 5	10	500	5,000
rilla de hierro galv. de 1/2"	1	1,900	1,900
rilla de hierro galv. de 1/4"	1	325	325
rilla de hierro galv. de 3/4"	1	4,125	4,125
rilla de hierro galv. de 1"	1	7,400	7,400
cuadras metalicas	5	2,958	14,790
ppaz metalicos de punta secas	5	7,701	38,505
as triangulares de 8"	10	4,590	45,900
as planas de 8"	10	4,514	45,135
as redondas de 8"	10	4,274	42,738
as de media caña	10	5,406	54,060
co de segueta	5	2,958	14,790
rramientas punto centro de acero	4	8,058	32,232
			632,879

.....
Carteria Prima

.....
Descripción

.....
Cantidad Valor Unit. Valor Total

.....	4	2,920	11,680
.....	4	500	2,000
.....	100	4,500	450,000
.....	600	120	72,000
.....	600	310	186,000
.....	600	350	210,000
.....	600	400	240,000
.....	1	5,300	5,300
.....	1	200	200
.....	1	8,000	8,000
.....	24	9,000	216,000
.....	20	3,500	70,000
.....	1	12,000	12,000
.....	1	2,000	2,000
.....	4	5,000	20,000
.....	4	4,000	16,000
.....			-----
.....			1,521,180

WALLER DE TEJIDOS Y BORDADOS

Utensilios y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Tejidos			
Camisas individuales	10	50,000	500,000
Camisas	10	30,000	300,000
Camisario grande	1	130,000	130,000
		Sub-Total	930,000
Bordados			
Camisa grande	1	100,000	100,000
Camisas	10	30,000	300,000
Camisario	1	100,000	100,000
		Sub-Total	500,000
		Total	1,430,000

Herramientas

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Tejidos			
Maquinas de rodillo	10	12,000	120,000
Maquillas	10	8,000	80,000
Maquinas medianas	10	2,760	27,600
Maquillas	800	150	120,000
		Sub-Total	347,600
Bordados			
Maquinas No 2	5	400	2,000
Maquinas No.3	5	420	2,100
Maquinas No.4	5	445	2,225
Maquinas Curvas	10	3,455	34,550
		Sub-Total	40,875
		Total	388,475

Mereria Prima

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Tejidos			
Alfileres (Cajas)	20	330	6,600
Alfileres Crochet (Cajas)	40	10,700	428,000
Alfileres (Fotocopias)	1,000	15	15,000
Botulinas	12	215	2,580
Albón (kilo)	1.0	2,200	2,200
		Sub-Total	454,380
Bordados			
Alfileres (Paquetes)	20	370	7,400
Alfileres calcante (Paquetes)	50	725	36,250
Alfileres	10	70	700
Alfileres	10	420	4,200
Alfileres Perle (Cajas)	40	5,948	237,920
Alfileres en madejas	40	3,780	151,200
Alfileres Plateado (tubos)	10	500	5,000
Alfileres dorado	10	500	5,000
Alfileres punto en cruz (Mts)	100	2,409	240,900
Alfileres de algodón (Mts)	100	1,590	159,000
Alfileres de lino (Mts)	200	4,990	998,000
		Sub-Total	1,845,570
		Total	2,299,950

WALLER DE ORFEBRERIA

Herramientas y Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Gasas individuales	10	50,000	500,000
Gasas	10	30,000	300,000
Armaario	1	100,000	100,000
Agua de 20" con fuelle de tiro	1	200,000	200,000
			1,100,000

Herramientas

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Antes Protectores	10	3,685	36,848
Arcos de segueta	5	2,958	14,790
Armas de Segueta	144	775	111,629
Armate de punta redonda	5	3,013	15,064
Armate punta plana angosta, 1/0, 2/0, 3/0,	10	3,573	35,728
Armate punta plana ancha	10	1,400	14,000
Armadro de Baile	3	184,990	554,970
Armadro mecanico para piezas grandes	1	125,990	125,990
Armasa de mano de madera	1	7,890	7,890
Armas para tallar	3	6,500	19,500
Armas de pollo (Un juego)	1	15,456	15,456
Armas de cabra para engastar	1	22,000	22,000
Armas de fuelle	10	12,320	123,200
Armas de asbesto	10	500	5,000
Armasareros o tazas de cristal	20	2,000	40,000
Armascel fino	10	2,600	26,000
Armasipientes de cristal grandes	2	20,000	40,000
Armasipientes de cristal pequeño	2	10,000	20,000
Armasnes	2	2,500	5,000
Armaszas finas	2	3,000	6,000
Armas de Agua	20	180	3,600
Armasochas pequeñas	10	756	7,560
Armasas pequeñas	10	1,000	10,000
Armasapas metalico	3	6,149	18,446
Armascate para doblar aros	2	10,000	20,000
Armascate para sostener aros	2	10,000	20,000
Armascate tercera mano	2	30,000	60,000
Armasrtagon con argollero	1	44,000	44,000

1,422,671

ateria Prima

Descripción

Cantidad Valor Unit. Valor Total

ax (Kilo)	4	1,092	4,368
do borico	4	28,370	113,478
carbonato de sodio	12	9,296	111,552
l Nitro	2	42,000	84,000
ido nitrico (Litro)	20	19,421	388,416
ido sulfurico	20	20,272	405,440
ido cloridrico	10	16,800	168,000
ata (Kilos)	20	70,000	1,400,000
o (Kilos)	0.5	7,752,400	3,876,200
pre rojo	10	1,000	10,000
pre amarillo	2	1,000	2,000

6,551,454

ALTERNATIVA 1A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS DEL PROYECTO

=====

INGRESOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
	=====	=====	=====	=====
Matriculas de alumnos	5,000,000	5,000,000	5,000,000	15,000,000
Venta Prod. Carpinteria	1,842,373	3,701,196	5,921,913	11,465,481
Venta Prod. Talabarteria	1,703,722	4,563,540	5,476,248	11,743,510
Venta Prod. Tejidos y B	5,519,880	6,899,850	11,039,760	23,459,490
Venta Prod. Orfebreria	9,434,094	14,740,772	17,688,927	41,863,794
Margen por Vta directa	7,400,028	11,962,143	16,050,739	35,412,910
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	30,900,096	46,867,501	61,177,587	138,945,184
 EGRESOS				
Costo Mat. Carpinteria	1,315,981	1,644,976	1,973,971	4,934,927
Costo Mat. Talabarteria	1,216,944	1,521,180	1,825,416	4,563,540
Costo Mat. Tejidos y B.	1,839,960	2,299,950	2,759,940	6,899,850
Costo Mat. Orfebreria	5,241,164	6,551,454	7,861,745	19,654,363
Instructores de talleres	15,336,000	15,336,000	15,336,000	46,008,000
Gastos Administrativos	13,560,000	13,560,000	13,560,000	40,680,000
Gastos de Publicidad	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Gastos de Depreciacion	715,500	715,500	715,500	2,146,500
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	40,225,548	42,629,060	45,032,572	127,887,181
 UTILIDAD O PERDIDA	(9,325,452)	4,238,441	16,145,015	11,058,004
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULAD	(9,325,452)	(5,087,011)	11,058,004	

ALTERNATIVA 1A.

FLUJO DE FONDOS

=====

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	TOTAL
	=====	=====	=====	=====	=====	=====
FUENTES						
Inversion ARTESANIA	25,000,000					25,000,000
Matriculas alumnos		5,000,000	5,000,000	5,000,000		15,000,000
Ingresos de Ventas		15,262,557	27,909,432	38,338,087	7,022,198	88,532,275
Margen por venta Directa		6,105,023	11,163,773	15,335,235	2,808,879	35,412,910
<hr/>						
Total Fuentes	25,000,000	26,367,580	44,073,205	58,673,322	9,831,078	163,945,184
USOS						
Muebles y Equipos	7,155,000					7,155,000
Herramientas de talleres	3,873,330					3,873,330
Materia Prima		9,614,048	12,017,560	14,421,072		36,052,681
Costo instructores		15,336,000	15,336,000	15,336,000		46,008,000
Gastos Administrativos		13,560,000	13,560,000	13,560,000		40,680,000
Gastos de Publicidad		1,000,000	1,000,000	1,000,000		3,000,000
<hr/>						
	11,028,330	39,510,048	41,913,560	44,317,072		136,769,011
INGRESOS - EGRESOS	13,971,670	(13,142,469)	2,159,645	14,356,250	9,831,078	27,176,173
CAJA INICIAL		13,971,670	829,201	2,988,846	17,345,096	
INGRESOS-EGRESOS		(13,142,469)	2,159,645	14,356,250	9,831,078	
CAJA FINAL		829,201	2,988,846	17,345,096	27,176,173	

ALTERNATIVA 1A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE CARPINTERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	1,842,373	3,701,196	5,921,913	11,465,481
Margen por Vta. directa	736,949	1,480,478	2,368,765	4,586,193
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	3,579,322	6,181,674	9,290,678	19,051,674
- Egresos				

Costo Materia Prima	1,315,981	1,644,976	1,973,971	4,934,927
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
	-----	-----	-----	-----
Sub-total	4,383,181	4,712,176	5,041,171	14,136,527
Utilidad o Perdida Bruta	(803,859)	1,469,498	4,249,507	4,915,146
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(3,858,959)	(1,585,602)	1,194,407	(4,250,154)

ALTERNATIVA 1A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE TALABARTERIA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	T O T A L
- Ingresos				
Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	1,703,722	4,563,540	5,476,248	11,743,510
Margen por venta Directa	681,489	1,825,416	2,190,499	4,697,404
Total Ingresos	3,385,210	7,388,956	8,666,747	19,440,913
- Egresos				
Costo Materia Prima	1,216,944	1,521,180	1,825,416	4,563,540
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
Sub-total	4,284,144	4,588,380	4,892,616	13,765,140
Utilidad o perdida Bruta	(898,934)	2,800,576	3,774,131	5,675,773
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(3,954,034)	(254,524)	719,031	(3,489,527)

ALTERNATIVA 1A

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE TEJIDOS Y BORDADOS

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	2,000,000	2,000,000	2,000,000	6,000,000
Venta Productos	5,519,880	6,899,850	11,039,760	23,459,490
Margen por Vta Directa	2,207,952	2,759,940	4,415,904	9,383,796
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	9,727,832	11,659,790	17,455,664	38,843,286
- Egresos				

Costo Materia Prima	1,839,960	2,299,950	2,759,940	6,899,850
Instructor	6,134,400	6,134,400	6,134,400	18,403,200
	-----	-----	-----	-----
Sub-total	7,974,360	8,434,350	8,894,340	25,303,050
Utilidad o perdida Bruta	1,753,472	3,225,440	8,561,324	13,540,236
Gastos Administrativos	5,424,000	5,424,000	5,424,000	16,272,000
Gastos de Publicidad	400,000	400,000	400,000	1,200,000
Gastos de Depreciacion	286,200	286,200	286,200	858,600
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	6,110,200	6,110,200	6,110,200	18,330,600
Utilidad o Perdida Neta	(4,356,728)	(2,884,760)	2,451,124	(4,790,364)

ALTERNATIVA 1A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE ORFEBRERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	9,434,094	14,740,772	17,688,927	41,863,794
Margen por Vta. Directa	3,773,638	5,896,309	7,075,571	16,745,517
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	14,207,732	21,637,081	25,764,498	61,609,311
- Egresos				

Costo Materia Prima	5,241,164	6,551,454	7,861,745	19,654,363
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
	-----	-----	-----	-----
	8,308,364	9,618,654	10,928,945	28,855,963
Utilidad o Perdida bruta	5,899,369	12,018,427	14,835,552	32,753,348
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	2,844,269	8,963,327	11,780,452	23,588,048

ALTERNATIVA 2A

FLUJO DE FONDOS

=====

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TOTAL
	=====	=====	=====	=====	=====	=====
FUENTES						
Inversion ARTESANIA	25,000,000					25,000,000
Matriculas alumnos		5,000,000	5,000,000	5,000,000		15,000,000
Ingresos de Ventas		18,315,068	33,491,319	46,005,704	8,426,638	106,238,729
Margen por venta Directa		5,494,520	10,047,396	13,801,711	2,527,991	31,871,619
<hr/>						
Total Fuentes	25,000,000	28,809,589	48,538,714	64,807,416	10,954,629	178,110,348
USOS						
Muebles y Equipos	7,155,000					7,155,000
Herramientas de talleres	3,873,330					3,873,330
Materia Prima		11,536,858	14,421,072	17,305,287		43,263,217
Costo instructores		15,336,000	15,336,000	15,336,000		46,008,000
Gastos Administrativos		13,560,000	13,560,000	13,560,000		40,680,000
Gastos de Publicidad		1,000,000	1,000,000	1,000,000		3,000,000
<hr/>						
	11,028,330	41,432,858	44,317,072	47,201,287		143,979,547
INGRESOS - EGRESOS	13,971,670	(12,623,269)	4,221,642	17,606,129	10,954,629	34,130,801
CAJA INICIAL		13,971,670	1,348,400	5,570,043	23,176,172	
INGRESOS-EGRESOS		(12,623,269)	4,221,642	17,606,129	10,954,629	
CAJA FINAL		1,348,400	5,570,043	23,176,172	34,130,801	

ALTERNATIVA 2A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE ORFEBRERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	11,320,913	17,688,927	21,226,712	50,236,552
Margen por Vta. Directa	3,396,274	5,306,678	6,368,014	15,070,966
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	15,717,187	23,995,605	28,594,726	68,307,518
- Egresos				

Costo Materia Prima	6,289,396	7,861,745	9,434,094	23,585,236
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
	-----	-----	-----	-----
	9,356,596	10,928,945	12,501,294	32,786,836
Utilidad o Perdida bruta	6,360,591	13,066,660	16,093,432	35,520,682
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	3,305,491	10,011,560	13,038,332	26,355,382

ALTERNATIVA 2A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE TEJIDOS Y BORDADOS

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	TOTAL
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	2,000,000	2,000,000	2,000,000	6,000,000
Venta Productos	6,623,856	8,279,820	13,247,712	28,151,388
Margen por Vta Directa	1,987,157	2,483,946	3,974,314	8,445,416

Total Ingresos	10,611,013	12,763,766	19,222,026	42,596,804
- Egresos				

Costo Materia Prima	2,207,952	2,759,940	3,311,928	8,279,820
Instructor	6,134,400	6,134,400	6,134,400	18,403,200

Sub-total	8,342,352	8,894,340	9,446,328	26,683,020
Utilidad o perdida Bruta	2,268,661	3,869,426	9,775,698	15,913,784
Gastos Administrativos	5,424,000	5,424,000	5,424,000	16,272,000
Gastos de Publicidad	400,000	400,000	400,000	1,200,000
Gastos de Depreciacion	286,200	286,200	286,200	858,600

Otros Egresos	6,110,200	6,110,200	6,110,200	18,330,600
Utilidad o Perdida Neta	(3,841,539)	(2,240,774)	3,665,498	(2,416,816)

ALTERNATIVA 2A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE CARPINTERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	2,210,847	4,441,435	7,106,295	13,758,578
Margen por Vta. directa	663,254	1,332,430	2,131,889	4,127,573
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	3,874,102	6,773,865	10,238,184	20,886,151
- Egresos				

Costo Materia Prima	1,579,177	1,973,971	2,368,765	5,921,913
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
	-----	-----	-----	-----
Sub-total	4,646,377	5,041,171	5,435,965	15,123,513
Utilidad o Perdida Bruta	(772,275)	1,732,694	4,802,219	5,762,638
Bastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Bastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Bastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(3,827,375)	(1,322,406)	1,747,119	(3,402,662)

ALTERNATIVA 3A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS DEL PROYECTO

=====

INGRESOS	ANO 1 =====	ANO 2 =====	ANO 3 =====	T O T A L =====
Matriculas de alumnos	5,000,000	5,000,000	5,000,000	15,000,000
Venta Prod. Carpinteria	1,473,898	2,960,956	4,737,530	9,172,385
Venta Prod. Talabarteria	1,362,977	3,650,832	4,380,998	9,394,808
Venta Prod. Tejidos y B	4,415,904	5,519,880	8,831,808	18,767,592
Venta Prod. Orfebreria	7,547,275	11,792,618	14,151,142	33,491,035
Margen por Vta directa	4,440,017	7,177,286	9,630,443	21,247,746
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	24,240,072	36,101,572	46,731,922	107,073,566
 EGRESOS				
Costo Mat. Carpinteria	1,052,785	1,315,981	1,579,177	3,947,942
Costo Mat. Talabarteria	973,555	1,216,944	1,460,333	3,650,832
Costo Mat. Tejidos y B.	1,471,968	1,839,960	2,207,952	5,519,880
Costo Mat. Orfebreria	4,192,931	5,241,164	6,289,396	15,723,491
Instructores de talleres	15,336,000	15,336,000	15,336,000	46,008,000
Gastos Administrativos	13,560,000	13,560,000	13,560,000	40,680,000
Gastos de Publicidad	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Gastos de Depreciacion	715,500	715,500	715,500	2,146,500
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	38,302,739	40,225,548	42,148,358	120,676,644
 UTILIDAD O PERDIDA	(14,062,667)	(4,123,976)	4,583,564	(13,603,079)
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULAD	(14,062,667)	(18,186,643)	(13,603,079)	

ALTERNATIVA 3A.

FLUJO DE FONDOS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TOTAL
	=====	=====	=====	=====	=====	=====
FUENTES						
Inversion ARTESANIA	25,000,000					25,000,000
Matriculas alumnos		5,000,000	5,000,000	5,000,000		15,000,000
Ingresos de Ventas		12,210,045	22,327,546	30,670,470	5,617,759	70,825,820
Margen por venta Directa		3,663,014	6,698,264	9,201,141	1,685,328	21,247,746
<hr/>						
Total Fuentes	25,000,000	20,873,059	34,025,810	44,871,611	7,303,086	132,073,566
USOS						
Muebles y Equipos	7,155,000					7,155,000
Herramientas de talleres	3,873,330					3,873,330
Materia Prima		7,691,239	9,614,048	11,536,858		28,842,144
Costo instructores		15,336,000	15,336,000	15,336,000		46,008,000
Gastos Administrativos		13,560,000	13,560,000	13,560,000		40,680,000
Gastos de Publicidad		1,000,000	1,000,000	1,000,000		3,000,000
<hr/>						
	11,028,330	37,587,239	39,510,048	41,432,858		129,558,475
INGRESOS - EGRESOS	13,971,670	(16,714,179)	(5,484,239)	3,438,753	7,303,086	2,515,091
CAJA INICIAL		13,971,670	(2,742,510)	(8,226,748)	(4,787,996)	
INGRESOS-EGRESOS		(16,714,179)	(5,484,239)	3,438,753	7,303,086	
CAJA FINAL		(2,742,510)	(8,226,748)	(4,787,996)	2,515,091	

ALTERNATIVA 3A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE CARPINTERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				
Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	1,473,898	2,960,956	4,737,530	9,172,385
Margen por Vta. directa	442,169	888,287	1,421,259	2,751,716
Total Ingresos	2,916,068	4,849,243	7,158,789	14,924,101
- Egresos				
Costo Materia Prima	1,052,785	1,315,981	1,579,177	3,947,942
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
Sub-total	4,119,985	4,383,181	4,646,377	13,149,542
Utilidad o Perdida Bruta	(1,203,917)	466,063	2,512,413	1,774,559
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(4,259,017)	(2,589,037)	(542,687)	(7,390,741)

ALTERNATIVA 3A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE TALABARTERIA

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	T O T A L
- Ingresos				
Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	1,362,977	3,650,832	4,380,998	9,394,808
Margen por venta Directa	408,893	1,095,250	1,314,300	2,818,442
Total Ingresos	2,771,870	5,746,082	6,695,298	15,213,250
- Egresos				
Costo Materia Prima	973,555	1,216,944	1,460,333	3,650,832
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
Sub-total	4,040,755	4,284,144	4,527,533	12,852,432
Utilidad o perdida Bruta	(1,268,885)	1,461,938	2,167,765	2,360,818
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	(4,323,985)	(1,593,162)	(887,335)	(6,804,482)

ALTERNATIVA 3A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS TALLER DE ORFEBRERIA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	T O T A L
- Ingresos				

Matriculas de Alumnos	1,000,000	1,000,000	1,000,000	3,000,000
Venta Productos	7,547,275	11,792,618	14,151,142	33,491,035
Margen por Vta. Directa	2,264,183	3,537,785	4,245,342	10,047,310
	-----	-----	-----	-----
Total Ingresos	10,811,458	16,330,403	19,396,484	46,538,345
- Egresos				

Costo Materia Prima	4,192,931	5,241,164	6,289,396	15,723,491
Instructor	3,067,200	3,067,200	3,067,200	9,201,600
	-----	-----	-----	-----
	7,260,131	8,308,364	9,356,596	24,925,091
Utilidad o Perdida bruta	3,551,327	8,022,040	10,039,888	21,613,255
Gastos Administrativos	2,712,000	2,712,000	2,712,000	8,136,000
Gastos de Publicidad	200,000	200,000	200,000	600,000
Gastos de Depreciacion	143,100	143,100	143,100	429,300
	-----	-----	-----	-----
Otros Egresos	3,055,100	3,055,100	3,055,100	9,165,300
Utilidad o Perdida Neta	496,227	4,966,940	6,984,788	12,447,955