



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesañas de colombia s.a.

Formulación del proyecto de Estructuración
de la Cadena Productiva de la Caña Flecha
en los Departamentos de Córdoba y Sucre

Subgerencia Administrativa y Financiera

Bogotá, D. C., 2003

3. Título del proyecto:

Formulación del proyecto de Estructuración de la Cadena Productiva de la Caña Flecha en los Departamentos de Córdoba y Sucre

4. Duración total

1 año

5. Ciudad sede proyecto:

Bogotá, D.C.

6. Cobertura geográfica (ciudades y/o poblaciones)

Departamentos		Municipios
7	Córdoba	San Andrés de Sotavento
8	Sucre	San Antonio de Palmito, Sampués, Morroa, Corosal

7. Población a atender

El proyecto se enmarca dentro de los límites del Resguardo Indígena Zenú el cual está ubicado al noroccidente de Colombia, al norte del departamento de Córdoba y al sur occidente del departamento de Sucre.

El territorio del Resguardo Indígena Zenú de San Andrés de Sotavento comprende nueve municipios, siendo el de mayor extensión el municipio de San Andrés de Sotavento. Los municipios restantes son : Sincelejo, San Antonio de Palmito, y Sampués, en Sucre; Chinú, Sahagún, Ciénaga de Oro, Chima y Momil, en Córdoba.

Políticamente, el resguardo está dividido en Veredas y Comunidades, dirigidas por Cabildos Menores, los cuales son elegidos en forma democrática, de acuerdo a las normas establecidas en la legislación.

El Resguardo Indígena Zenú tiene una estructura político administrativa propia, similar a la de los demás Resguardos Indígenas del país, la cual es encabezada por una Asamblea General de Cabildantes quienes eligen todas las estructuras administrativas que se señalan a continuación : El resguardo está gobernada por una Junta Central cuyo representante es el Cacique Mayor nombrado por la Asamblea de Cabildos Menores, la Junta Central, que está integrada por un Capitán Mayor, un secretario

General, un Tesorero, un Fiscal, un Oficial Mayor y un Oficial Quinto. Cada Cabildo Menor lo gobierna un Capitán Menor y una Junta de Cabildo, similar a la Central

Como se dijo anteriormente, el área de influencia del proyecto comprende los Municipios de San Andrés de Sotavento, en Córdoba; y San Antonio de Palmito y Sampuès, en Sucre. A continuación se relacionan los diferentes.

SITIO NUEVO		TAMARINDO		CALLE LARGA		"KIOSCO"	
GRUPO	No. de Socios	GRUPO	No. de Socios	GRUPO	No. de Socios	GRUPO	No. de Socios
Sitio Nuevo	10	Tamarindo	10	Calle Larga	13	Cuesta Abajo	30
Loberán	10	Calle Nueva	10	Puerta Roja	12	Bella Vista - San Andrés	10
Majagual *	24	Cabildo	13	Santa Cecilia	10	Patio Bonito	10
Pajonal	21	San Isidro	18	San Francisco	11		
Los Unidos	10	Senegal	14	Hoja Hancha	12		
Subtotal	75	Subtotal	65	Subtotal	58	Subtotal	50

BELEN		EL DELIRIO		CERRO VIDALES			
GRUPO	No. de Socios	GRUPO	No. de Socios	GRUPO	No. de Socios		
Belén **	12	El Delirio	10	Cerro Vidales	16		
Cruz Chiquita	9	Contento	10	Santa Clara	12		
Los Andes	10	Costa Rica	20	Vidalito	14		
		Carretos	18	La Laguna	30		
Subtotal	31	Subtotal	58	Subtotal	72	TOTAL	409

Estructuración de la Cadena Productiva de la Caña Flecha en los Departamentos de Córdoba y Sucre

GRUPO	No. de Socios	GRUPO	No. de Socios
EL MARTILLO No. 1	16	VILLA DEL CARMEN	12
EL MARTILLO No. 2	18	BARRANQUILLITA	16
ALGODONCILLO No.1	14	LA GRAN VIA	22
ALGODONCILLO No.2	16	MEDIA SOMBRA	9
CHUPUNDUN	22	LOS CASTILLOS	13
SAN MIGUEL	18	LOS OLIVOS	20
PUEBLECITO	19	LA GRANJA	14
SAN MARTIN	10	PALMAR BRILLANTE	16
EL BARZAL	15	SANTA ANA	7
POCO A POCO	8		
Subtotal	156		129
TOTAL			285

8. Información sobre financiación

	Valor en pesos	% Correspondiente
Recursos propios de la entidad solicitante	\$	
Recursos aportados por otras entidades Privadas	\$	
Recursos aportados por entidades gubernamentales (Nal, Dptal, Mpal)	\$	
Cooperación Internacional	\$	
Beneficiarios	\$	
Otras contrapartidas	\$	
Cofinanciación solicitada al FOMIPYME	\$	
Valor total del proyecto	\$	100%

2. FUNDAMENTO DEL PROYECTO

2.1 DIAGNOSTICO PREVIO DE LA POBLACIÓN A ATENDER

En el censo artesanal¹ se identificó, en Sucre y Córdoba, municipios de San Andrés de Sotavento, Sampués y Palmito, del Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento, una muestra de 11.418 artesanos (38.5% hombres y 61.5% mujeres), equivalente al 20% de la población nacional censada. De ellos 9.318 son tejedores distribuidos en cerca de 2.028 talleres, principalmente en caña flecha, oficio de ascendencia precolombina que constituye el principal renglón económico y se inserta en sus faenas campesinas, siendo el producto líder artesanal colombiano con gran demanda en el mercado internacional que no cuenta con la capacidad de respuesta productiva necesaria ni garantiza su sostenibilidad ambiental.

Existe una organización fuerte en la comunidad denominada Asociación de grupos de artesanos y artesanas de San Andrés de Sotavento, sin embargo, el artesano en general es independiente e individualista y en la mayor parte de los casos no pertenece a una organización definida, consolidada y autónoma con capacidad de gestión. El apoyo institucional tradicionalmente ha estado focalizado hacia la organización asociativa existente, habiendo una amplia base de trenzadores ubicados en veredas y localidades que no logran adicionar valor a su producto intermedio por falta de asociatividad y de capacitación en la costura del producto final, siendo víctima de intermediación y acaparamiento.

El oficio artesanal de tejeduría en caña flecha presenta cuellos de botella que requieren ser resueltos en el proceso productivo, así:

- a. Oferta de la materia prima e insumos: Organizar asociativamente el acopio de la fibra y la trenza, para garantizar oferta permanente a precios justos.
- b. La costura para el armado del producto: ampliar la capacitación técnica en costura para trenzadores, de forma que adicionen valor al producto y mejoren ingresos.
- c. Organización y mentalidad empresarial. Desarrollar una mentalidad empresarial en las nuevas formas asociativas de proveedores, trenzadores, productores y comercializadores, impartiendo capacitación empresarial.
- d. Innovación tecnológica: Diseño tecnológico de sistemas de tinturado con calderas a gas que hagan eficiente y limpio este proceso, impartiendo la capacitación necesaria para su manejo. Desarrollar investigaciones de tintes naturales en la fibra, generando cartillas didácticas. Diseño tecnológico de una desfibradora que incremente la eficiencia de este proceso. Diseño tecnológico de polimerizado para texturizar los tejidos en caña flecha. Estudios de características físico - químicas de la fibra de la caña flecha.

e. Desarrollo de producto: diseño y desarrollo de nuevos productos según tendencias del mercado. Elaborar propuestas de nuevos productos con la mezcla de materiales propios de la región, como madera, cuero de vaca y fibras (iraca, bejucos).

f. Promoción y Comercialización: Vincular a estrategias de comercialización a las nuevas organizaciones de productores y comercializadores. Apoyar la edición de medios promocionales impresos que contribuyan a incrementar la comercialización y destaquen los valores agregados del producto. Participación en ferias y eventos. Investigación de mercados. Promoción por internet con la correspondiente capacitación.

2.2 DEFINA CUAL ES LA SITUACION O PROBLEMATICA A SOLUCIONAR MEDIANTE LA EJECUCION DE ESTA PROPUESTA

La marcada ruptura existente entre los diversos eslabones que integran la cadena productiva y el alto nivel de desorganización de cada uno de los agentes, que carecen de mentalidad empresarial y asociativa.

La baja capacidad de los trenzadores de adicionar valor a su producto intermedio y de gestionar organizadamente la venta de su producto final, de tal forma que se constituya, con base en una estrategia de comercialización, en una alternativa real y permanente de ingresos.

La deficiente capacidad tecnológica que impide que la producción sea eficiente y pueda responder a la demanda del mercado.

El desconocimiento de mercados potenciales que puedan demandar el producto en caña flecha y la necesidad de adecuación permanente del producto acorde con las tendencias y en las condiciones requeridas para exportar.

a) Hay Escasez de Caña Flecha debido a que hay pocos cultivos en la zona. El problema de la escasez de caña flecha tiene las siguientes causas :

- Pocos proyectos de cultivo de caña flecha, implementados anteriormente, prosperaron. El acuerdo comunitario para la siembra y mantenimiento de los cultivos de caña flecha no prosperó. El fracaso en los proyectos de cultivo de caña flecha fue consecuencia de una falta de seguimiento y continuidad al proyecto; que la siembra se hizo muy tarde (no era la época propicia, había pasado el invierno); y que algunas de las áreas seleccionadas para los cultivos no eran adecuadas (son pocas las áreas

aptas para este tipo de cultivo). La falta de continuidad y seguimiento tuvo origen en que los recursos económicos previstos para tal fin, no llegaron, lo cual implicó en la imposibilidad de adquirir los insumos para los cultivos y el no pago a los Profesionales encargados de dirigirlo.

- Hay pocos cultivos silvestres de caña flecha. Los pocos cultivos silvestres en la zona es consecuencia del fuerte verano de 1997 (que acabó con algunos de los cultivos).

- La comunidad tiene poco interés en los proyectos de cultivos de caña flecha. El acuerdo previsto con la Comunidad no prosperó porque, como los cultivos se hicieron en terrenos privados, ésta no podía intervenir en la ejecución del proyecto y los dueños de los terrenos tampoco lo admitían. Finalmente, la Comunidad no tiene interés en intervenir en este tipo de proyectos, en parte porque se cree que este cultivo no es rentable, pero además porque es bajo el grado de concientización sobre la importancia de la caña flecha en la economía artesanal de la región.

- Otras causas identificadas son : no hay suficiente tierra para cultivar, porque no se han recuperado tierras y porque no hay suficiente terreno particular para sembrar; no hay recursos financieros para mantener los cultivos de caña flecha; y porque se sustituyeron algunos cultivos de caña flecha por productos de pancoger, o con otro tipo de productos

- Algunos Artesanos no han tomado conciencia sobre el problema de la escasez de la caña flecha, lo cual los ha llevado a no asumir la responsabilidad que tienen en esta problemática y a dejar esa responsabilidad en otros. La despreocupación por la escasez de la caña flecha se debe a la exclusiva preocupación por el producto terminado ya que con su venta se obtiene el dinero que ellos tanto necesitan. El bajo grado de concientización sobre la escasez de caña flecha tiene origen en los bajos ingresos de los Artesanos, en que son pocos los terrenos recuperados en Tuchín y en el celo que hay entre ellos. Estas tres causas primarias crean una situación en la que ni se disponen ni se buscan los recursos que son necesarios para adelantar proyectos de cultivo de caña flecha (ver Gráfico No.4).

b) Otro problema con relación a la caña flecha es : El Costo de la Materia Prima es Alto con Relación al Precio de Venta del Producto (la Trenza y los productos terminados). El análisis se centró en el papel que juegan los intermediarios de la trenza -algunos de los cuales les proveen de dinero a los Artesanos para la compra de esta materia prima- y de la caña flecha. Se menciona que los intermediarios de la caña flecha manejan las existencias de la misma, lo cual les posibilita fijar el precio. De otra parte, los intermediarios de la trenza, mediante los altos volúmenes que negocian, el capital de trabajo que disponen, el adelanto de dinero que hacen a los Artesanos, el conocimiento que tienen sobre el mercado, y la facilidad que tienen para movilizarse a cualquier lugar, fijan su precio.

2.3 DEFINA LA FORMA MEDIANTE LA CUAL SE VA A SOLUCIONAR LA PROBLEMÁTICA DESCRITA EN EL NUMERAL ANTERIOR

La Materia Prima

Es necesario contribuir a la diversificación de los productos de la caña flecha. A pesar de que se observan algunas diferencias especialmente entre municipios, el tipo de plantas utilizadas normalmente para negrear están ya establecidas en todas estas comunidades. Sin embargo, el conocimiento popular dice que hay otras plantas que ofrecen alternativas en el color y calidad del mismo. Por lo tanto, ante el problema de la escasez de bija y la conveniencia de diversificar el producto, se hace necesario desarrollar un proyecto de investigación con plantas tintoras.

Del análisis realizado en los talleres de diagnóstico participativo y de las propuestas hechas en los talleres de armado de proyectos, se concluye que tiene que cambiar la concepción que hasta el momento se ha aplicado en el desarrollo de la capacitación en diseño y costura. De una parte, debe haber una selección rigurosa en cuanto a las maestras que van a capacitar; la Comunidad se quejó permanentemente de la calidad irregular de quienes han desempeñado la función de maestras. Un criterio similar al aplicado en la selección de las maestras, debe tenerse en cuenta en la selección de los Artesanos a quienes se les capacitará. Al respecto, se puede afirmar que se ha capacitado en forma indiscriminada, aumentando así el costo de la capacitación. Maestras desestimuladas y cancelación de los cursos han sido consecuencia de lo anterior. El panorama que se observa ahora es de desaprovechamiento de la infraestructura que se dispone para capacitar.

La Capacitación

La capacitación debe ir orientada a preparar menor número de Artesanos, pero con mayor calidad e implementando procesos de formación integral. De cada grupo asociativo deben seleccionarse uno o dos Artesanos para adelantar con ellos el proceso de capacitación. Quienes tengan voluntad y exhiban habilidades se deben capacitar en diseño y costura con el fin de que, una vez concluidos los cursos, estos Artesanos se dediquen a realizar todo tipo de trabajo de costura demandado por el grupo. Ellos irán adquiriendo cada vez más experiencia y conocimiento, lo cual les permitirá realizar trabajos uniformes y, cada vez más, de excelente calidad. La capacitación es más necesaria para aquellos grupos que sólo venden trenza, porque al no saber coser, incurren, de una parte, en costos altos adicionales por la contratación de la costura; y de otra parte, no se benefician de las ventajas de un mayor valor agregado del producto.

En conclusión, la capacitación debe ir orientada a formar un grupo “élite” de cosedoras –una o dos por grupo asociativo- a las cuales se las prepare en forma integral. Estas cosedoras pueden trabajar independientemente, o asociadas, para el grupo.

La Producción

Con base en la observación del proceso, pero sobre todo en reuniones sostenidas con algunos Artesanos, se conoció más en detalle el desarrollo de cada una de las operaciones del proceso, sobre algunas de las cuales se hacen algunos comentarios a continuación

1 Raspar : Se debe usar una zapatilla suave y liza. Ni el caucho ni la suela sirve (y son precisamente estos dos materiales los más usados actualmente por los Artesanos). Es recomendable colocar una bayetilla debajo de la zapatilla para protegerse del cuchillo. El cuchillo apropiado es aquel que “ni corte mucho, ni que no corte”.

2 Ripiar : En esta operación se presentan los mayores problemas de producción en cuanto a la calidad de la preparación de la caña flecha. Hay la costumbre de ripiar la caña flecha en diferentes momentos; esto puede hacer con que se obtengan pencas (partes en las que se divide una palma) de diferentes dimensiones que pueden ser utilizadas para un mismo producto, lo cual no posibilita obtener una trenza uniforme. Frente a este problema es necesario tomar la precaución de ripiar de una vez todo el lote de caña flecha que se está preparando. El cuchillo usado en esta operación no debe ser “carraspeoso” (con hendiduras) ni que “fleque” (que no corte mucho). Otra precaución que se debe tener en cuenta es la de ripiar penca por penca, y no ripiar todas las pencas a la vez, porque salen las pencas desiguales. Se pierde aproximadamente un 10% de palma en el desarrollo de esta operación y la “cola” que no se usa.

3 Escoger, Amarrar y Amacollar : Se debe amarrar bien la caña flecha ripiada (con amarre de arroz / con pita) para evitar que se desparrame cuando se la hecha al barro o se la cocina. Si no se amarra bien, se pierden recursos y tiempo mientras se vuelve a marrar

4 Explotar el Barro : El barro adecuado es aquel que no esté pisado (trajinado), que sea negro (si no es así no sirve), que no sea arenoso y que no tenga vetas. El barro dura normalmente unos 6 meses. Va disminuyendo en cantidad por la sacada de la palma, y pierde sus características. Se le adiciona barro nuevo porque se tiene fe en el agua del barro viejo.

5 Preparar el Barro : Actualmente se utilizan recipientes inadecuados para preparar el barro: tanques pequeños de plástico sin tapa (que no permiten prepararlo adecuadamente y posibilitan que se ensucie) y ollas de barro con boca relativamente angosta (que dificultan su manipulación y el de la palma). En una olla, cuando se hunde el macollo de palma, siempre se sale el barro. El recipiente adecuado debe ser hondo, amplio y con tapa. Sería recomendable más bien disponer de un tanque de cemento de unos 80 centímetros de diámetro y 50 centímetros de altura. El barro debe ser bien disuelto (desmenuzado). Con relación a los preparativos, los hay muy diversos, y sobre cuáles son los mejores no hay un criterio unificado. Un Artesano comentaba, por ejemplo, que el uso del divi divi, una planta utilizada en el negreado,

no es muy recomendable porque, si bien da un buen negro, la palma se entiesa y se puede quebrar.

6 Cocinar la Bija : No hay uniformidad de criterios en cuanto a la madurez de la bija : unos Artesanos opinan que la bija debe estar madura (es decir, cuando cae del árbol); otros opinan lo contrario. Se dice también que la bija clara no negrea bien. Hay dos clases de bija: la ancha, que es buena, y la angosta que no es buena. Otro comentario: la bija roja, con todo el palo, es buena. En esta operación también incide en la calidad del producto el tipo recipiente utilizado. Cuando el recipiente no es el adecuado, la palma se abolla (se sale de la superficie del agua). Un medio tambor de aceite, o de aluminio, podría ser un recipiente adecuado. La palma que se va a negrear se la envuelve bien con la hoja de bija. La bija que se requiere es la necesaria para “cotejarla” y cubrirla. El palo utilizado para bajar la palma debe tener punta redonda para evitar afectar la palma. Se usa el gas para obtener un negro oscuro y brillante, pero hay también unas plantas naturales que le dan brillo a la palma (como el limón, la bacota del banano y la concha del coco verde). El fuego debe ser fuerte y permanente. No se puede dejar que el fuego “salga”. Si se sale la candela, se daña la caña , se chamusca; un lado sale rojo y el otro negro. Algunas Artesanas tienen la idea de que es mejor cocinar por la mañana, porque en la tarde se “chamusca”, a causa de la brisa. Cuando hierve mucho, hay que bajar la temperatura. Si se deja subir mucho la temperatura, se mancha (un lado queda claro y el otro oscuro). Todo esto indica que es necesario que el Artesano esté pendiente de la cocinada.

7 Secar : La palma debe quedar totalmente seca.

La Organización

Para el presente estudio, y luego de haber observado y vivido de cerca, durante varios meses, la problemática del Artesano de la caña flecha en el Resguardo Indígena Zenú de San Andrés de Sotavento, este proyecto reviste la mayor importancia dentro del conjunto de alternativas de solución identificadas y esbozadas anteriormente. El Artesano de esta región está en un total estado de indefensión en el ejercicio de su profesión productiva. Asociado o nó, está marcado y limitado por su paupérrima condición socioeconómica, por los limitados servicios de infraestructura social que le brida el estado, y a expensas de quienes comercializan sus productos.

La actual organización en grupos asociativos, y éstos en una Asociación, poco ha a modificado esta situación. El Artesano de los grupos asociativos vende su producto a la Asociación y, en lo que respecta a ese producto, hasta ahí llega su vinculación con aquélla. Hasta donde alcanzó a informarse este estudio, del producto que la Asociación lo vende posteriormente, no le presentan al Artesano ninguna cuenta. El no sabe si su producto lo vendió la Asociación a un menor o mayor precio de lo que le pagaron y, de haber sucedido esto último, no se beneficia de ese probable mayor margen de comercialización.

La impresión que queda es que el Artesano está asociado a un grupo asociativo de su vereda pero que no es socio de la Asociación de Artesanos de San Andrés de Sotavento, por lo menos en lo que respecta a la negociación de su producto. Es cierto que, de acuerdo a la información que se recopiló en los talleres de diagnóstico participativo y armado de proyectos, algunos Artesanos han sido beneficiados con capacitación y con los créditos que da la Asociación en forma de dinero adelantado en algunos de los pedidos que les hace, pero, en lo que respecta a la esencia de la dinámica de la producción, como es la obtención de un margen razonable de utilidad por la venta de los productos, no gana prácticamente nada; y eso que la Asociación de Artesanos de San Andrés de Sotavento tiene la posibilidad de vender los productos artesanales, entre otros lugares, en Bogotá, en la Feria Internacional Artesanal, donde las condiciones de precio, con relación a los que rigen en San Andrés de Sotavento, son mejores.

Además de las observaciones hechas a este respecto durante el trabajo de campo, por parte de quienes participaron en el estudio, algunos Artesanos expresaron sus quejas en cuanto al manejo comercial y financiero de la Asociación, y dieron sugerencias al respecto, que son tenidas en cuenta en la formulación de este proyecto.

1. CONSOLIDACION DE EMPRESAS ARTESANALES
2. EMPLEO
3. PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD
4. FOMENTO INVESTIGACION DESARROLLO Y TRANSFERENCIA TECNOLOGIA APROPIADA
5. MANEJO Y USO RACIONAL DE LAS MATERIAS PRIMAS.
6. DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS CON IDENTIDAD NACIONAL QUE RESPONDAN A LAS TENDENCIAS DEL MERCADO
7. FOMENTO A INICIATIVAS QUE INTEGREN A LA MICROEMPRESA ARTESANAL, LAS CAPACIDADES Y HABILIDADES TÉCNICAS DE LA POBLACIÓN DESPLAZADA CON TRADICIÓN ARTESANAL

2.4. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA, PROYECTO O ACTIVIDAD

Artesanías de Colombia ha cofinanciado proyectos integrales formulados por los grupos de artesanos Zenúes mediante la ejecución delegada, especialmente con la Asociación de Grupos de Artesanos de San Andrés de Sotavento, los cuales han incidido en una ampliación de la demanda y posicionamiento del producto. Este fenómeno ha puesto de manifiesto una brecha entre la demanda comercial del producto y la capacidad de respuesta de la oferta; sin embargo la experiencia

acumulada sobre el mejoramiento del producto de la caña flecha, el repoblamiento de la materia prima, la promoción y comercialización y la capacitación técnica y administrativa, hacen necesario ampliar los beneficios de las intervenciones pasadas a una base social más numerosa. Se suma a ello el manejo integral que Artesanías de Colombia ha dado a sus proyectos, ha permitido vincular entidades de apoyo, públicas y privadas como el Municipio de San Andrés de Sotavento, Universidad de Córdoba, Gobernación de Córdoba, Oleoductos de Colombia, Carsucre, Fondos Mixtos de la Cultura y algunas cooperativas agrarias.

En la cadena de la caña flecha se identifican cuatro eslabones desorganizados, cuyos agentes carecen de una identificación en común; el primero corresponde al eslabón agrícola de cultivo, extracción de fibra, desfibrado y blanqueo, el segundo al de tinturado y trenzado, el tercero al de costura y armado del producto y el cuarto al de comercialización. El fortalecimiento organizativo de cada uno de ellos permitirá garantizar volumen y calidad, aprovechando además la mezcla de materiales a través de nuevas propuestas de diseño para la oferta tradicional, que ha ampliado los segmentos del mercado a través de nuevos usos y funciones (madera-caña flecha, tela-caña flecha, cuero-caña flecha, plata-caña flecha)

Existen experiencias previas de cooperativas de trenzadores en el área rural de Sumpués en Calle Larga, Escobar arriba y Escobar abajo, que pueden marcar pautas para una organización solidaria más amplia y fortalecida de trenzadores, que posiblemente tenga cobertura a los tres municipios propuestos. A nivel del municipio de San Andrés se tiene gran interés en promover, conservar y divulgar el oficio artesanal de la caña flecha, existiendo iniciativas como la creación de viveros demostrativos, el Museo del Sombrero y la implementación un punto de venta y comercialización artesanal mediante un Kiosco.

El Ministerio de Desarrollo como estrategia de hacer competitiva la artesanía como posibilidad productiva, preservadora y generadora de empleos e ingresos para un amplio sector de la población, estructuró el programa de cadenas productivas en el marco del cual se incluyó el oficio artesanal de la tejeduría en caña flecha, dada la capacidad potencial de producción que es alta debido a que tiene gran peso cultural en los Zenúes, contando con más de 2.000 microempresas informales de tejedores y costureros que comparten los mismos insumos, materiales, procesos y técnicas, lo cual facilita la estructuración de economías de escala. El mismo ingenio artesanal ha alentado iniciativas para el desarrollo de alternativas de mejoramiento tecnológico con respecto al cultivo, insertándolo en huertas caseras, alternándolo con cultivos de pan coger, como control de erosión y mantenimiento de cuencas; en desfibrado proponiendo carruchas para desvenar o rpiar la hoja; en tinturado clasificando tintes y experimentando mordientes, organizando guías sencillas de color; en trenzado mediante el empate de cantos para lograr una trenza sin fin; en la costura implementando cortes parejos de trenza para la agilización del armado de los productos. Sin duda, la experiencia, conocimientos tradicionales en el oficio del

artesano Zenú y sus saberes y, constituye uno de los mayores aportes para el programa en sus diversas áreas.

IV. Resumen del Proyecto

El proyecto cubija 1 cadena productiva correspondiente a la producción artesanal de la caña flecha, localizada principalmente en 2 Departamentos, Municipios de San Andrés de Sotavento, Sampués y San Antonio de Palmito, con cobertura a 700 proveedores de caña flecha, artesanos indígenas y comercializadores de productos en caña flecha.

Está orientado a estructurado y fortalecer cada eslabón con estrategias de asociatividad de agentes de base e integración de agentes institucionales, de gestión empresarial, mejoramiento tecnológico de sistemas productivos, diseño de productos y promoción y comercialización, que crearán condiciones para el mejoramiento de la productividad y competitividad, con reducción de costos, economía de materiales y energía, aumento de volúmenes de producción, mejoramiento de calidad y acabados y disponibilidad de oferta oportuna para el mercado.

Artesanías de Colombia ejecutará el programa teniendo en cuenta las siguientes líneas de intervención, orientadas a brindar las herramientas técnicas para el fortalecimiento de la asociatividad y del perfil empresarial de la microempresa artesanal, desarrollando productos con tecnología y diseños con base en identificación de necesidades de mercado:

a. Gestión socioempresarial:

Sensibilización unidades artesanales para organización como microempresas asociativas.

Capacitación en modalidades asociativas incorporando temas de trabajo en equipo, cambio, relaciones interpersonales, fortaleciendo el liderazgo natural y promoción de nuevos líderes.

Capacitación en gestión empresarial (administrativa y financiera)

Organización de redes por eslabón (proveedores, productores y comercializadores).

Desarrollo de proyectos empresariales por comunidad y/o eslabones.

b. Desarrollo productivo

Intervención para mejorar técnicas en procesos productivos que permitan productos con calidad (desfibrado, tinturado, costura, patronaje).

Mejorar procesos productivos, con diseño y experimentación de equipos y herramientas.

Elaboración de referentes técnicos para la tejeduría en caña flecha que permita homogenizar y la generación de norma técnica de calidad.

Diseño y publicación de manuales de procedimiento para proceso mejorado tecnológicamente, manejando la seguridad industrial y salud ocupacional..

Diseño de planta de taller piloto, con diagramación de procesos y puestos de trabajo ergonómicos para el armado del producto.

Diseño y desarrollo de productos por líneas, acordes con las tendencias del mercado y con la tecnología desarrollada, que incluyan desarrollo de empaque e imagen, con los respectivos manuales para su elaboración, que garanticen estándares de calidad.

c. Mercadeo y comercialización

Investigación de mercado para los productos en caña flecha

Estrategias de promoción y comercialización: ferias, rondas de negocios.

Diseño y publicación de medios impresos para apoyar la comercialización, catálogo y folletos que e internet.

Diseño y elaboración de certificado del producto en caña flecha para facilitar exportaciones.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

4.1. OBJETIVO DE DESARROLLO DEL PROYECTO

Crear y fortalecer condiciones organizacionales, tecnológicas, de producto y de mercado en los eslabones de cultivo – extracción – preparación de fibra de caña flecha, tinturado – trenzado, costura – armado y comercialización, que propicien una efectiva participación en el mercado y consoliden la producción artesanal como el más importante generador de ingresos económicos.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

1. Conformar el proceso organizativo de la cadena productiva de tejeduría en caña flecha.
2. Mejorar tecnológicamente los procesos productivos para hacerlos más eficientes.
3. Diseñar y desarrollar líneas o colecciones de productos que respondan a la demanda, con desarrollo de la identidad gráfica y empaque que brinden condiciones para hacerlos exportables, que respondan a tendencias de mercado.
4. Elaborar e implementar un plan estratégico para la comercialización de los productos en caña flecha, que incluye la participación en eventos feriales de importantes y el manejo del internet.
5. Promocionar la oferta artesanal en caña flecha a través de medios impresos.

4.3 METODOLOGÍA DEL PROYECTO

El propósito estructural del proyecto de potenciar la productividad y la competitividad de la caña flecha, a partir de la conformación de nodos organizativos que se vinculen en una dinámica concertada de fortalecimiento, actuación y gestión conjunta de los negocios, en el nivel interno de la cadena y al exterior en relación con las instituciones y entidades locales, regionales y nacionales. Este proceso se inicia con la actualización de las condiciones económicas, organizativas y sociales de los actores de cada uno de los eslabones de la cadena.

El proyecto busca desde un principio convocar la actuación activa e integrada de los diferentes actores de la cadena productiva, en la perspectiva inicial de establecer las características y necesidades de los actores, que posibiliten llevar a cabo los procesos de fortalecimiento y desarrollo por unidades, asociaciones, nodos y sector,

teniendo como punto de mira fundamental la comercialización y los mercados nacional y externo.

1. Conformar el proceso organizativo de la cadena productiva de tejeduría en caña flecha.

Recursos:

Equipos de Profesionales y técnicos en los campos de administración, trabajo social y economía

Material didáctico de capacitación empresarial

Acciones:

Asistencia técnica especializadas para sensibilizar, evaluar, organizar y acompañar el proceso de asociatividad en cada uno de los eslabones identificados.

Capacitación sobre modalidades asociativas

Capacitación en gestión empresarial integral: financiera y administrativa. Incluirán temas de contabilidad, costos, administración, organización empresarial, planeación de la producción, contratación, otros.

Asesoría para la formalización de empresas asociativas vinculadas a cada eslabón, que incluyen acompañamiento durante los primeros meses de funcionamiento.

Asesoría para la estructuración y consolidación de redes de proveedores, productores y comercializadores.

Asesoría para el manejo de temas de desarrollo humano (relaciones humanas, liderazgo, trabajo en equipo, adaptación al cambio, etc

Asesoría para el fortalecimiento de las Asociaciones de artesanos existentes

Asesoría para planeación de la producción de nuevas líneas de productos, que involucrará a todas las empresas asociativas productivas conformadas.

Asesoría en formulación de proyectos productivos, que involucrará a los agentes organizados en cada uno de los eslabones.

Método

Talleres aplicando análisis DOFA, cursos taller, asesorías grupales e individualizadas.

Implementación de procesos evaluación y mejoramiento continuo de resultados del trabajo productivo asociativo.

Conformación de redes permanentes o alianzas temporales para la proveeduría, producción y comercialización.

2. Mejorar tecnológicamente los procesos productivos para hacerlos más eficientes.

Recursos:

Equipos de Profesionales y técnicos en los campos de Ingeniería y Diseño

Prototipos y modelos de innovaciones tecnológicas

Publicación de material técnico.

Equipos de sistemas

Acciones:

Asistencia técnica para evaluar procesos y flujos productivos, planteando e implementando propuestas tecnológicas experimentales para una mayor eficiencia y gestión ambiental de los procesos productivos que permitan estandarizar productos con calidad, que incluirá los eslabones identificados.

Taller de transferencia de tecnología horizontal entre artesanos

Capacitación en el manejo técnico de los nuevos equipos

Asesoría para la reorganización o reestructuración de planta en el taller productivo

Asesoría para el diseño y publicación de manual de operación y procedimientos.

Métodos

Montaje y operación de talleres piloto con la innovación tecnológica implementada en los diferentes procesos relativos a cada eslabón.

Seguimiento y evaluación de resultados de procesos de procedimientos con base en análisis comparativos con métodos anteriores

3. Conocer las demandas comerciales para la oferta artesanal de la cadena productiva del oficio de tejeduría en caña flecha, y las tendencias del mercado.

Recursos:

Equipo técnico de investigadores de mercado o firma especializada

Información resultados de inteligencia de mercados (internet)

Gastos de desplazamiento y permanencia

Muestra comercial de productos

Acciones:

Una Investigación de mercado

Métodos

Recolección, análisis e interpretación de información de mercados con base en encuestas.

Acompañamiento a compradores internacionales en el marco de los eventos comerciales.

Concertación con Cámaras de Comercio, Proexport y Ministerio de Relaciones Exteriores.

4. Diseñar y desarrollar líneas o colecciones de productos que respondan a la demanda, con desarrollo de la identidad gráfica y empaque que brinden condiciones para hacerlos exportables.

Recursos

Equipo de diseñadores industriales, textiles y gráficos

Materiales para elaboración de prototipos

Equipos de sistemas

Papelería

Acciones

Asesoría en diseño para el desarrollo de líneas de productos acordes con las tendencias del mercado y costeo del producto.

Asesoría en diseño para el desarrollo de empaque e imagen de los productos artesanales tanto existentes como resultantes de diseño.

Asesoría para el diseño y publicación de manuales o cartillas guías para la elaboración de los diferentes productos de diseño que garanticen estándares de calidad en la producción futura.

Capacitación en elaboración de productos de diseño.

Asesoría para la organización de la producción de los nuevos productos.

Métodos

Talleres interactivos con participación de artesanos y diseñadores, interpretando demandas del cliente

Desarrollo de propuestas gráficas y selección

Elaboración de prototipos y muestra de producción, cuyas características y procesos se consignarán en un manual para la producción

Costeo del producto y comparación de precios con la competencia

Experimentación en la aplicación de materiales compatibles con la materia prima principal aprovechando la infraestructura de los Laboratorios de Diseño.

5. Elaborar e implementar un plan estratégico para la comercialización de los productos en caña flecha, que incluye la participación en eventos feriales de importancia y el manejo de internet.

Recursos:

Equipo profesional en áreas de administración de empresas

Material didáctico

Gastos de viaje y permanencia

Transportes de muestras para rondas de negocios

Acciones:

Capacitaciones en gestión comercial: atención al cliente, ventas, cotizaciones, exportaciones, tramites, impuestos y aduanas, participación en eventos comerciales, costo y precio en pesos, dólares, euros, etc.

Asesorías para el diseño de planes estratégicos comerciales.

Asesoría para el diseño y elaboración de certificado del producto para facilitar exportaciones

Asesoría y capacitación para el diseño y manejo de página web para la cadena de la tejeduría en caña flecha. Esta propuesta es interesante teniendo en cuenta que ese medio de comunicación internacional posibilita que una gran masa de población en todo el mundo pueda conocer este producto artesanal, abriendo una muy buena posibilidad de negociación con el exterior.

Dos Participaciones anuales en ferias especializadas en artesanías (Expoartesanías, Manofacto) para delegados de empresas asociativas productivas.

Rondas de Negocios con sede en Bogotá, para los productos desarrollados acordes con las tendencias y demandas del mercado (una anual).

Métodos:

Cursos taller grupales y asesorías individuales

Seguimiento y evaluación de negocios concertados en ferias para la planeación productiva y comercial de las cadenas.

Participación efectiva de delegados de los grupos productivos en las ferias y rondas de negocios como experiencia directa de negociación

Vinculación y concertación con Cámaras de Comercio, Proexport, otros.

6. Promocionar la oferta artesanal en cañaflecha a través de medios impresos

Recursos:

Servicios de Editoriales, diseñador gráfico, fotógrafo

Material fotográfico y papelería

Muestras físicas de productos

Equipos de sistemas

Correspondencia

Acciones:

Asesoría para el diseño gráfico de catálogo de productos en Cañaflecha y publicación

Asesoría para el diseño gráfico de folletos por empresa asociativa productiva organizada y publicación de los mismos (con cobertura a los diferentes eslabones de la cadena).

Asesoría para la difusión del material promocional

Métodos:

Selección de información y productos que se incluirán en los impresos, fundamentalmente los resultantes de diseño.

Manejo de la imagen gráfica definida para la cadena de la tejeduría en cañaflecha

Contactos con embajadas y delegaciones comerciales para la promoción de la cadena

4.4 PRODUCTOS INTERMEDIOS

Productos	Plazo de entrega (meses)
1. Identificación de agentes vinculados a cada eslabón.	2° mes
2. Inventario de organizaciones existentes	2° mes
2. Grupos sensibilizados hacia la asociatividad	3er mes
3. Selección de las formas asociativas por parte de los grupos	3er mes
4. Identificación de líderes y grupos cohesionados	5° mes
5. Resultados de evaluación del estado de la asociatividad (legal, social, estatutario, productivo, directivo, etc.)	5° mes
6. Propuestas de mejoramiento tecnológico aprobadas	6° mes
7. Construcción de Mapas funcionales en el trabajo en la caña flecha.	6° mes
8. Mercados identificados con nichos específicos y conocimiento de la demanda	8° mes
9. Tendencias del mercado definidas	8° mes
10. Conocimiento de la situación de la competencia en producto y estrategias	9° mes
11. Líneas de productos o colección desarrollada con las respectivas fichas técnicas y prototipos	10° mes mes
12. Definición de costos de los nuevos productos acordes con la demanda	10° mes
13. Disponibilidad de planos y fichas técnicas de productos, empaque y embalaje	11° mes

14. Microempresas asesoradas en el diseño y desarrollo de productos	16° mes
15. Establecimiento de negocios comerciales directos	12° mes mes
16. Microempresas de la cadena de tejeduría en cañaflecha participando en ferias nacionales	6° , 12° mes
17. Lanzamiento de productos de diseño al mercado	6° , 12° mes
18. Toma fotográfica, diseños gráfico y artes finales para construcción de catálogo de tejeduría y folleto	12° mes

4.5 PRODUCTOS FINALES

Definición. Ver Glosario

Productos	Plazo de entrega (meses)
1. Empresas asociativas formalizadas y cohesionadas.	12° mes
2. Redes establecidas de productores, proveedores y comercializadores.	12° mes
3. Empresas asociativas con planes de producción formulados.	12° mes
4. Empresas asociativas en capacidad de gestionar proyectos productivos.	12° mes
5. Empresas asociativas con manejo contable y financiero, con tablas de costeo de productos.	12° mes
6. Microempresas con transferencia tecnológica.	12° mes
7. Microempresas con apropiación de mejoramiento de distribución de planta.	12° mes
8. Microempresas que conocen y aplican normas técnicas de calidad.	12° mes
9. Posicionamiento del producto diseñado.	12° mes
10. Microempresas produciendo las nuevas líneas de productos diseñadas.	11° mes
11. Productos integrados en una imagen corporativa.	12° mes
12. Productos ofertados con empaque y embalaje.	12° mes
13. Planes comerciales de corto mediano y largo plazo, nacionales e internacionales, por nichos de mercado.	12° mes
14. Expopyme artesanal exportando.	12° mes

15. Negocios directos de comercializadoras de la cadenas de caña flecha.	12° mes
16. Catálogo de productos que incluyen los de caña flecha.	12° mes
17. Folleto promocional de productos artesanales en caña flecha.	12° mes
18. Empresas asociativas manejando negocios a través de internet.	12° mes
19. Empresas asociativas con folletos promocionales.	11° mes

4.6 METAS VERIFICABLES

Metas	Plazo de entrega (meses)
1. Un (1) inventario de organizaciones artesanales formales vinculadas a la cadena: cooperativas, precooperativas, asociaciones, E.A.T., etc.	2° mes
2. tres (3) grupos sensibilizados y formalizados asociativamente	12 mes
3. Incremento del 50% de organizaciones legalmente formalizadas sobre grupos informales	5° mes
4. Una (1) propuesta de mejoramiento tecnológico	6° mes
5. Un (1) proceso productivo mejorado tecnológicamente en tejeduría: riplado, acopio, suavizado, blanquiado, tinturado, tejido, ensamblaje, empaque	12° mes
6. Tres (3) microempresas aplicando normas técnicas de calidad	12° mes
7. Concreción y realización de un (1) negocio comercial relevante para la cadena productiva de la tejeduría artesanal	12° mes

de la cañaflecha	
8. Cinco (5) líneas o colecciones de productos para la cadena de la cañaflecha	12° mes
9. tres (3) microempresas artesanales con manejo contable	12° mes
10. Tres (3) microempresas elaborando nuevos productos diseñados	12° mes
11. Vinculación de la cadenas de la tejeduría en cañaflecha a seis (6) ferias regionales y nacionales	8°, 12° mes
12. Un (1) catálogo de productos en el oficio de cestería-tejeduría que incluya los de cañaflecha	12° mes
13. Un (1) folleto promocional de la cadena de la cañaflecha	12° mes
14. Página web para la cadena de la cañaflecha	12° mes

5. IMPACTOS ESPERADOS EN LA REGIÓN O SECTOR

5.1. IMPACTOS SOBRE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD REGIONAL Y /O SECTORIAL

El proyecto es sostenible por las siguientes razones:

1. Existe el querer mismo de la comunidad para implementarlo y ejecutarlo, haciéndose responsable de su mantenimiento. Sin embargo es indispensable la adecuada organización y participación comunitaria, así como el acompañamiento institucional.
 2. La caña flecha es una especie vegetal perenne, en la medida en que se haya cultivado en terrenos apropiados, se le explote y haga mantenimiento apropiado, pudiendo generar semilla suficiente para ser repoblada en nuevas parcelas, sin detrimento del cultivo inicial.
 3. Hay una fuerte motivación por parte de la comunidad en cuanto que garantiza el mantenimiento del empleo del artesano raso en mejores condiciones a través de su preparación en la siembra, producción y procesamiento de la materia prima de forma directa y de manera comunitaria y de su preparación para la elaboración del producto; en ambos casos se evita la intermediación y recaen sobre el artesano productor las utilidades que actualmente perciben los intermediarios.
 4. El hecho de poseer cultivos propios de caña flecha a nivel de los grupos artesanales veredales les saca de la dependencia que actualmente tienen con los intermediarios de la materia prima y les proporciona autonomía, de hecho pueden entrar en la competencia para proveer a otros artesanos de materia prima en mejores condiciones que las ofertadas por los intemediarios tradicionales, contribuyendo posiblemente a estabilizar los precios en la oferta de la caña flecha.
- A. Sostenibilidad financiera y productiva de la microempresa artesanal.
 - B. Comunidades sensibilizadas hacia la organización productiva
 - C. Capitalización y ahorro
 - D. Gestión de la microempresa.
 - E. Recurso humano formado en gestión empresarial.
 - F. Recurso humano formado en técnicas de producción y manejo de nuevos equipos y herramientas
 - G. Recurso humano formado y capacitado para la elaboración de nuevos productos diseñados.

- H. Vínculos (alianzas estratégicas) con entidades de apoyo.
- I. Incremento en volúmenes de producción.
- J. Incremento en ventas.
- K. Incremento en ganancias.
- L. Aplicación de estándares de calidad.
- M. Ingresos.
- N. Ocupación.
- O. Acceso a nuevos mercados.
- P. Exportaciones.
- Q. Sostenibilidad ambiental.
- R. Salud ocupacional.
- S. Distribución equitativa de las utilidades en los diferentes eslabones de las cadenas
- T. Registro y documentación técnica de desempeño

5.2 INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD REGIONAL Y/O SECTORIAL

Se plantean los siguientes indicadores para medir el impacto del proyecto sobre la productividad y competitividad en la cadena de la caña flecha:

1. Nivel de ingresos / nivel de gastos
2. Tiempo de Producción Microempresa / Año
3. No. De organizaciones preexistentes / No. De microempresas formadas
4. Nivel de ahorro en activos fijos o financieros.
5. N° de proyectos presentados en la cadena / n° de proyectos aprobados y financiados
6. N° de microempresas con planes de producción y comercialización
7. Monto de recursos de cofinanciación accesorios / monto de recursos demandados y requeridos por los proyectos.
6. N° de beneficiarios de la capacitación empresarial / N° de beneficiarios programados
7. N° de beneficiarios formados en nuevas técnicas de producción, equipos, herramientas y procesos / n° total de productores del eslabón
8. N° de artesanos en capacidad de elaborar nuevos productos diseñados / total de productores del eslabón.
9. N° de acuerdos establecidos con agentes de apoyo institucional / n° de acuerdos preexistentes
10. Incremento en el volumen de la producción en el segundo año de 30% por microempresa
11. Incremento en las ventas en un 30% en el segundo año por microempresa
12. Incremento en ganancias en un 30% en el segundo año por microempresa
13. Volumen productos mejorados (acabados, dimensiones, peso) / volumen de producción total.
14. Ingreso promedio mes de microempresa / ingreso previo
15. N° puestos de trabajo existentes segundo año / n° de puestos de trabajo previos
16. N° de nuevos clientes / n° clientes anteriores.
17. N° de nuevas expopymes artesanales / n° de expopymes preexistentes
18. Índice de pérdidas en la producción (materiales, productos) resultante / índice de pérdidas anteriores
19. Índice de productividad tecnológica resultante en procesos clave / índice de productividad previa en los mismos procesos
20. Índice de productividad de mano de obra con nuevos métodos / índice de productividad de mano de obra con métodos tradicionales.
21. Índice de productividad total actual / índice de productividad anterior
22. Total de productos sin defectos / total de productos elaborados
23. Porcentaje de artesanos productores que informaron desaparición de dolencias / porcentaje total de artesanos afectados
24. Índice de Intermediación previa / índice de Intermediación actual
- 25. N° de publicaciones técnicas y comerciales finales / n° publicaciones existentes**



Fondo Colombiano para la Modernización y el
Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y
Medianas Empresas - FOMIPYME

PRESUPUESTO DEFINITIVO CAÑA FLECHA

2. NOMBRE DEL PROYECTO
3. NOMBRE DE LA EMPRESA EJECUTORA ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.
4. NOMBRE DEL DIRECTOR DEL PROYECTO ERNESTO ORLANDO BENAVIDES

CÓDIGO RUBRO	CÓDIGO ACTIVIDAD	COMPONENTE	
			Caña Flecha
R1		PERSONAL CIENTIFICO Y TECNICO	
R1	PC-01	Definición de propuestas para el aprovechamiento de recursos naturales como materia prima.	5.000.000
R1	PC-02	Actualización de las condiciones económicas y sociales de proveedores, productores y comercializadores.	5.000.000
R1	PC-03	Elaborar dignostico de grado de asociatividad a lo largo de la cadena.	4.000.000
R1	PC-04	Desarrollo y fortalecimiento de la capacidad asociativa solidaria.	8.000.000
R1	PC-05	Establecer planes de fortalecimiento empresarial.	20.000.000
R1	PC-06	Investigación y determinación de las propiedades de las materias primas artesanales.	10.000.000
R1	PC-07	Talleres de creatividad.	5.000.000
R1	PC-08	Asesorías de diseño para el mejoramiento de la calidad, rescate de productos y técnicas tradicionales.	10.000.000
R1	PC-09	Asesoría en diseño para productos artesanales.	10.000.000
R1	PC-10	Asesoría para el rescate y mejoramiento del producto tradicional	
R1	PC-11	Adecuación de equipos y herramientas.	20.000.000
R1	PC-12	Desarrollo de líneas de producto	30.000.000

R1	PC-13	Talleres de seguimiento y evaluación de resultados de impactos de los proyectos productivos, con organización de veedurías ciudadanas.	5.000.000
R1	PC-14	Planes de manejo y aprovechamiento sostenible de especies vegetales como materia prima artesanal.	1.000.000
R1	PC-15	Proyectos pilotos para el repoblamiento de especies	30.000.000
R1	PC-16	Preparación de muestras comerciales como producto de las asesorías puntuales en diseño	8.000.000
R1	PC-17	Proyectos productivos para la mujer	10.000.000
R1	PC-18	Talleres de tintes naturales.	5.000.000
R1	PC-19	Asesorías puntuales en los Centros de Diseño de Pasto, Armenia y Bogotá	8.000.000
R1	PC-20	Asesorías para diseño y desarrollo de empaque, embalaje e identidad gráfica para el producto y su exhibición.	10.000.000
R2		DISEÑO DE EQUIPOS DE PRODUCCION, PRODUCTOS Y DE PROCESOS QUE INCLUYEN INNOVACION TECNOLOGICA	
R2	DI01	Innovación tecnológica para el mejoramiento de los procesos productivos artesanales.	8.000.000
R2	DI02	Elaboración de prototipos fabricados y talleres participativos	5.000.000
	R3	CONTRATACION DE SERVICIOS TECNOLOGICOS	
R3	ST01	Asistencia técnica para la adecuación de equipos y herramientas.	50.000.000
R7		INVESTIGACION Y STUDIOS DE MERCADOS COMERCILIZACION Y MARKETING	
	IM-01	Diseño y estructuración de planes de mercadeo y comercialización.	5.000.000
	IM-02	Capacitacion en tendencias de diseño y del mercado	5.000.000
R8		CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN PARA BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA, PROYECTO O ACTIVIDAD.	

R8	FI-01	Capacitación en administración organizacional y empresarial	10.000.000
R8	FI-02	Capacitación en técnicas de negociación en el mercado.	10.000.000
R9		CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL TALENTO HUMANO	
R9	CA01	Cursos de capacitación y actualización para los profesionales en diseño.	3.900.000
R12		GASTOS DE PATENTAMIENTO O REGISTRO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL	
R12	PI-01	Desarrollo del sistema e instrumentos de registro para protección de los productos artesanales de las cadenas productivas.	200.000
R13		GASTOS DE PARTICIPACION EN FERIAS Y EVENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES	
R13	GE01	Capacitación especializada en aspectos de comercialización y mercadeo.	4.000.000
R13	GE02	Participación en eventos, ferias comerciales, ruedas de negocios y showrooms.	10.000.000
R13	GE03	Talleres participativos de tendencias y Benchmarking	2.000.000
R13	GE04	Publicaciones relacionadas en medio impreso o mediante tecnologías de la informaion.	4.000.000
TOTAL DE LA CADENA			321.100.000