

"COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PERTENECIENTES A LOS SECTORES DE GUADUA, CESTERÍA Y FIBRAS NATURALES DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO, CON ÉNFASIS EN CALIDAD, INNOVACIÓN Y ENFOQUE DE MERCADO"

FONDO DE MODERNIZACIÓN E INNOVACIÓN PARA LAS MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

GUÍA DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS
CONVOCATORIA ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS- ENCADENAMIENTOS TRANSVERSALES/ CLÚSTERS.

Antes de iniciar el diligenciamiento del presente formulario lea atentamente los **Términos de Referencia** de la convocatoria correspondiente. Encontrará especificaciones en los recuadros del formulario sobre la información pertinente que debe incluir.

1. Información del Proponente

1.1 Identificación de la empresa:

Nombre / Razón Social: <small>(Tal como aparece en el Certificado de Existencia y Representación Legal)</small>	ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.		
NIT:	8600078878		
No. de registro correspondiente:	NA		
Fecha de Constitución: (día/mes/año)	06/05/1964		
Tiempo de constitución:	No. de años	48	No. De meses
			576
RUT:	8600078878		
Sector económico (CIU):	5239		
Tipo de Proponente (persona jurídica / persona natural) :	PERSONA JURIDICA		
Objeto Social:	Promoción y desarrollo de las actividades económicas , sociales , educativas y culturales necesarias para el progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal.		
Descripción del perfil institucional:	Artesanías de Colombia es una entidad privada sin ánimo de lucro, creada desde 1964, con el propósito de fortalecer la industria artesanal del país. Con jurisdicción a través de los Laboratorios de Diseño en el departamento de Quindío, Risaralda, Caldas y Nariño, mediante los cuales busca promover y consolidar el crecimiento de éste colectivo		
Tipo de Contribuyente:	Regimen Común		
Dirección:	Cra 2 No 18A -58		
Teléfonos:	57-1-2861766		
Fax:			
Página Web:	www.artesaniasdecolombia.com.co		
Correo electrónico:	artesanias@artesaniasdecolombia.com ; comercial@camaraarmeria.org.co		
Ubicación geográfica:	Departamento:	CUNDINAMARCA	Municipio:
			BOGOTÁ

Identificación del Representante Legal

1er Nombre	2do Nombre	1er apellido	2do apellido	Número de identificación		
				c.c.	X Extranjería	Pasaporte
GUSTAVO	ADOLFO	MORALES	PIÑEROS	No.	79.321.458	

1.2 Información financiera de la empresa proponente

Este cuadro se diligencia teniendo en cuenta la información de los Estados Financieros de los dos últimos años contables.

Información general	2011	2012
Activos Corrientes (AC)	\$ 3,896,297,000.00	\$ 4,627,344,000.00
Activo Fijo (AF)	\$ 10,482,009,000.00	\$ 10,231,328,000.00
Activos Totales (AT)	\$ 14,378,306,000.00	\$ 14,498,672,000.00
Pasivos Corrientes (PC)	\$ 2,049,185,000.00	\$ 2,357,198,000.00
Pasivos Totales (PT)	\$ 2,049,185,000.00	\$ 2,357,198,000.00
Ventas Netas (VN)	\$ 1,454,366,000.00	\$ 1,274,454,000.00
Ventas por exportación (VxE)	\$ -	\$ -
Costos operacionales (CO)	\$ (8,185,532,000.00)	\$ (8,606,815,000.00)
Gastos operacionales (GO)	\$ 789,636,000.00	\$ 804,605,000.00
Utilidad operacional (UO)	\$ 302,444,000.00	\$ 47,939,000.00
Utilidad Neta (UN)	\$ 132,450,000.00	\$ 83,495,000.00

Nota: Se debe anexar los Estados Financieros debidamente firmados por Representante Legal y contador / Revisor Fiscal.

1.3 Experiencia en la ejecución de proyectos

Si aplica, relacione los proyectos ejecutados o en ejecución cofinanciados por otras fuentes y/o recursos propios.

ENTIDAD	Nombre Proyecto	Código del proyecto	Objeto contractual	Valor Total del proyecto	Fecha de inicio	Fecha de terminación
VER EXPERIENCIA EJECUCIÓN PROYECTOS ANEXA						

1.4. Experiencia de la empresa proponente

Describir la experiencia e importancia del Proponente frente al proyecto, su representatividad, número de empresas que forman parte de él y las redes con que cuenta.

Artesanías de Colombia es una entidad privada sin ánimo de lucro, creada desde 1964, con el propósito de fortalecer la industria artesanal del país. Con jurisdicción a través de los Laboratorios de Diseño en el departamento de Quindío, Risaralda, Caldas y Nariño, mediante los cuales busca promover y consolidar el crecimiento de éste colectivo productivo. Los programas de capacitación dirigidos al colectivo de beneficiarios de la entidad, la asesoría especializada y personalizada, la asistencia técnica a comunidades artesanales específicas, las actividades feriales, y la participación en el desarrollo de proyectos con otras entidades nacionales e internacionales, son acciones que dinamizan esta labor y con las cuales podemos llegar a múltiples sectores y grupos humanos. Su énfasis misional es el desarrollo competitivo sector artesanal de Colombia, y con ese propósito se han gestionado y ejecutado proyectos enfocados al desarrollo y fortalecimiento de los sectores productivos estratégicos para los distintos departamento, y que hacen parte de sus apuestas de región, como lo son guadua y sus manufacturas, y las fibras naturales. Toda la labor adelantada se ha llevado a cabo de manera articulada con las entes territoriales de los distintos departamentos en los que se interviene, y para el caso en el departamento del Quindío, Gobernación y Alcaldías municipales, Corporación Autónoma Regional del Quindío, Cámara de Comercio de Armenia, Gremios organizados, Cotelco y Acodrex, entre otros. La estructura del talento humano de la entidad está conformada por una Junta Directiva, un Gerente General – representante Legal, un Subgerente, una dirección administrativa y financiera, una Coordinación de los Laboratorios de Diseño, que comprende las sub áreas de diseño por oficio, una área de formación empresarial, una área de proyectos, una área de comunicaciones, y un área de mercadeo de servicios.

1.5. Estrategia de Desarrollo de la empresa proponente

Indicar las políticas de desarrollo que posee el proponente para sus miembros e indicar cómo el Proyecto se alinea con ellas.

La cadena productiva de la guadua y de fibras naturales, Cestería y Calceta de Plátano, constituye una de las principales apuestas productivas del departamento del Quindío definidas en el Plan Regional de Competitividad, y es uno de los sectores considerados como estratégicamente complementario a todo lo que tiene que ver con las acciones de preservación y promoción del Paisaje Cultural Cafetero - PCC. Como sector económico que aporta de manera significativa a la dinámica económica y social del Departamento, constituye una de las líneas principales de trabajo del plan estratégico de desarrollo competitivo de Artesanías de Colombia y de la Cámara de Comercio, principal entidad aliada en la región para trabajar en procura de éste sector y en todo lo relacionado con la industria artesanal, quien así mismo, hace parte del Clúster Turístico del Quindío, liderando Proyectos tales como la Ruta del Café y servicios puntuales de asesoría y orientación empresarial para los empresarios del sector. Por tanto, el Proyecto es una estrategia de desarrollo concebida por ambas entidades, y por y para los empresarios, con el fin de continuar fortaleciendo el Clúster Turístico, y sintonizando su oferta con los niveles de exigencia tanto del turismo receptivo como doméstico, y así mismo con las nuevas tendencias del mercado.

1.6 Actividad Principal y Líneas Estratégicas de Negocio de la empresa proponente

Hacer una breve descripción de la actividad principal y las líneas estratégicas de la entidad proponente.

VER CARPETA ADJUNTA DE EXPERIENCIA DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA.

Programa de formación y cualificación para el sector artesano

Programa integral de formación y asistencia técnica

Laboratorios de Diseño

Sello de Calidad Hecho a Mano

Programa Nacional de Joyería

Programa Nacional de Materias Primas

Propiedad Intelectual para la Artesanías

Atención a población vulnerable y desplazada

Moda

Medalla a la Maestría Artesanal

Expoartesanas

Expoartesano Medellín

Premio Traza Artesanal

Sistema Información para la Artesanías SIART

1.7 Descripción de los principales mercados de la empresa proponente

Hacer una clara descripción del mercado objetivo y clientes principales identificados por la entidad proponente, que garanticen el mercado objetivo de las Mipymes objeto de atención con la propuesta.

La principal apuesta del Proyecto y del grupo de empresas beneficiarias lo constituye el lograr preparar un portafolio de productos desde el enfoque de mercado y la articulación y establecimiento de relaciones de complementariedad con el clúster de Turístico del Quindío. Para ello se busca mejorar y adaptar la oferta a un mercado cada vez más exigente, así como integrar herramientas de control de la calidad y de diferenciación de producto, tales como registro de una Marca Colectiva, fortalecimiento empresarial mediante de herramientas y prácticas de innovación, mercadeo y aprovechamiento de oportunidades comerciales, y asesoramiento en diseño enfatizando el mercado de cada negocio beneficiario, sustentado en la calidad y competitividad de la oferta de productos elaborados en guadua y fibras naturales, aprovechadas en los oficios de Cestería y relacionados.

Para lo que respecta al mercado local, su principal mercado está dirigido a los canales de distribución que constituyen un punto de encuentro con el Turista que llega al departamento, de acuerdo a las distintas temporadas que se presentan a lo largo del año.

- Mercado Local:

Comprende Tiendas Artesanales situadas en los municipios de Armenia (sede Gobernación del Quindío) Salento, Filandia, Quimbaya, Montenegro, Calarcá y Armenia principalmente, localizadas en las zonas céntricas o sobre los corredores turísticos, como es el caso de Quimbaya, y de Filandia principalmente.

El municipio de Salento se destaca en el departamento por concentrar una de las mayores ofertas en cuanto a distribución de artesanías en el departamento.

De modo menos representativo las empresas beneficiarias tienen participación en eventos comerciales locales, realizados en el Centro de Convenciones, la Cámara de Comercio y sobre corredores turísticos.

- Mercado nacional:

Comprende la distribución a través de tiendas especializadas en la venta de producto artesanal, situadas principalmente en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, y Eje Cafetero. Gran parte de estas tiendas y puntos de distribución están situadas igualmente sobre corredores turísticos o zonas igualmente de visita recurrente por parte de turísticas, principalmente extranjeros. Se distribuyen algunas líneas de productos en esos mismos mercados en tiendas de decoración y de regalo, especialmente para las líneas de decoración y mesa en guadua, madera y fibras naturales.

2. Información General del Proyecto

2.1 Contenido general

Título del proyecto:	"COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PERTENECIENTES A LOS SECTORES DE GUADUA, CESTERÍA Y FIBRAS NATURALES DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO, CON ÉNFASIS EN CALIDAD, INNOVACIÓN Y ENFOQUE DE MERCADO"		
Convocatoria a la cual aplica:	Encadenamientos transversales / Desarrollo de Clústers		
Duración de la propuesta:	14	meses	
Sede del proyecto:	Departamento:	QUINDIO	Municipio:
			ARMENIA

Identificación del Director del Proyecto

1er Nombre	2do Nombre	1er apellido	2do apellido	Número de identificación			
				CC	X	Extranjería	Pasaporte
CARLOS	ALBERTO	VALENCIA	GRISALES	94.283.413			
Correo electrónico:	carlvalencia@yahoo.com		Teléfono - Celular	321 7806418			

2.2 Financiación

Fuente de Financiación	Nombre de la entidad aportante	Valor total del proyecto	% sobre el valor total de la propuesta
Recursos propios del proponente	ARTESANÍAS DE COLOMBIA	\$ 45,500,000	8.55%
Entidades Gubernamentales			0.00%
Recursos de cooperación internacional			0.00%
Otros recursos	CAMARA DE COMERCIO DE ARMENIA	\$ 142,660,000	26.81%
Cofinanciación solicitada al FONDO	INNpulsa COLOMBIA	\$ 344,000,000	64.64%
VALOR TOTAL		\$ 532,160,000.00	100.00%

2.3 Presupuesto Consolidado del Proyecto

Sólo debe contemplar dentro del presupuesto los rubros definidos como cofinanciables y de contrapartida, según los numerales 7 y 9 de los Términos de Referencia de la convocatoria.

Código rubro	Nombre Corto Rubro (Remítase a los Términos de Referencia de la Convocatoria para la descripción detallada del Rubro)	Recursos Solicitados al Fondo	Recursos de Contrapartida	Valor Total
R01	Honorarios del director de proyecto, así como del recurso humano externo requerido para la asesoría, asistencia técnica y capacitación de los beneficiarios	\$ 267,000,000	\$ 115,460,000	\$ 382,460,000
R02	Honorarios de consultoría y auditoría para la certificación en normas técnicas basadas en ISO u otra entidad de normalización internacional (incluye valor certificación)	\$ 33,000,000	\$ 21,200,000	\$ 54,200,000
R03	Honorarios de consultoría y auditoría para la certificación en reglamentos técnicos de productos y procesos	\$ 29,000,000	\$ 0	\$ 29,000,000
R04	Honorarios de consultoría y auditoría para las Certificaciones en Buenas Prácticas de Manufacturas - BPM (Decreto 3075 de 1997), HACCP (Decreto 60 de 2002).			\$ 0
R05	Pago de servicios de laboratorio incluidos ensayos y pruebas para el control de calidad (metrología) que se adelanten en el país o en el exterior.	\$ 0	\$ 0	\$ 0
R06	Gastos de obtención de código de barras, codificación de almacenes de cadena, tecnología intercambio electrónico de documentos (EDI)	\$ 0	\$ 0	\$ 0
R07	Pago de tarifas de: evaluación farmacológica y farmacéutica, notificaciones, certificaciones y registros sanitarios ante el INVIMA, licencias ambientales, dictamen técnico ambiental y Registro ICA.	\$ 0	\$ 0	\$ 0
R08	Diseño de empaques, catálogos de productos y servicios y de material publicitario de las empresas beneficiarias del proyecto. No incluye la reproducción.	\$ 15,000,000	\$ 15,800,000	\$ 30,800,000
EF01	Gastos de legalización del contrato de cofinanciación como pólizas.		\$ 4,500,000	\$ 4,500,000
EF02	El Impuesto al Valor Agregado IVA generado por la adquisición que haga el ejecutor de bienes o servicios cofinanciados, indispensables para el desarrollo del proyecto.		\$ 25,000,000	\$ 25,000,000
EF03	El impuesto a las transacciones financieras del cuatro por mil (4 por mil) que se cause por virtud del uso de los recursos entregados en cofinanciación.		\$ 2,000,000	\$ 2,000,000
EF04	Otros gastos de impuestos derivados del manejo de los recursos aportados por el Fondo		\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
EF05	Otros Gastos financieros derivados del manejo de los recursos aportados por el Fondo		\$ 3,000,000	\$ 3,000,000
VALOR TOTAL		\$ 344,000,000	\$ 188,160,000.00	\$ 532,160,000

El porcentaje máximo de cofinanciación solicitado no podrá exceder el 65% del total de los recursos del proyecto según el numeral 5 de los Términos de Referencia de la Convocatoria

(**): Se deberá presupuestar en recurso humano, sólo aquellos profesionales adicionales a los ya existentes en la empresa proponente, y que sean contratados con motivo del desarrollo del proyecto y por prestación de servicios.

3. Información de las Mipymes Beneficiarias

De acuerdo con el conocimiento que tiene la Entidad proponente de las Mipymes pertenecientes al Encadenamiento Transversal o Clúster, diligencie la siguiente tabla, que contienen la

No.	Nombre o Razón Social Mipymes Beneficiarias	Representante Legal	Cédula	Gerente General	Dirección	Teléfonos	Valor Activos Totales último año	No. De Empleos
1	GUADINA	ZULUAGA TORRES JOHN JAIRO	89000224	ZULUAGA TORRES JOHN JAIRO	CARRERA 19 # 49 - 24	7401876	35,938,000	3
2	MOLINARI	JOSÉ FREDDY MOLINA TURRIAGO	4.400.765	JOSÉ FREDDY MOLINA TURRIAGO	Carrera 11 No 13-06	3113339714	96,875,000	2
3	CAULINARTE	JULIAN NEIDER MARTINEZ PARRA ARTEAGA PARRA	7551231	JULIAN NEIDER MARTINEZ PARRA ARTEAGA PARRA	Urbanización los Robles Casa 1	3137442968	5,400,000	2
4	GUADUARTE	MARTINEZ PARRA ARTEAGA PARRA CARLOS AUGUSTO	79573860	MARTINEZ PARRA ARTEAGA PARRA CARLOS AUGUSTO	KM 1,5 QUIMBAYA VIA A PANACA	3155364631	5,000,000	3
5	ESTILOGUADUA SAS	HUGO GARCIA RIVILLAS	7514242	HUGO GARCIA RIVILLAS	EL CAIMO VEREDA MARMATO FINCA	3165289173	11,189,226	3
6	VIKARGUA	VICTOR ALONSO MARTINEZ QUIRAMA	18506147	VICTOR ALONSO MARTINEZ QUIRAMA	SAN REMO - ENSEGUIDA VEREDA	3146115251	78,045,000	3
7	ACERO VEGETAL	HERNAN RODRIGUEZ NIETO	19300390	HERNAN RODRIGUEZ NIETO	CARRERA 13 # 18-13	7448801	360,579,978	3
8	ARTESANIAS MARQUEZ	MARQUEZ MARIA ALIDA	24658931	MARQUEZ MARIA ALIDA	CARRERA 14 # 2 - 56	7583148	64,784,000	2
9	ARTESANÍAS HECHAS A MANO	ARIAS VELASQUEZ MARIA RUBY	24959400	ARIAS VELASQUEZ MARIA RUBY	CARRERA 4 # 2 - 47 BARRIO SAN JOSE	3155337567	16,363,000	2
10	TOTUMAGUA	GUTIERREZ RODRIGUEZ AIDA YOLIMA	25290648	GUTIERREZ RODRIGUEZ AIDA YOLIMA	BARRIO LA ESTACION MZ G CASA 2	3128270389	9,957,500	2
11	CREACIONES ADALO	ARANGO LONDOÑO ADRIANA	41909046	ARANGO LONDOÑO ADRIANA	BOSQUES DE PINARES MZ 4 CASA 54	7480211	4,414,000	3
12	DEL NARANJO	SOSSA OSPINA PAOLA ANDREA	41962971	SOSSA OSPINA PAOLA ANDREA	CARRERA 16 # 9 - 78 BARRIO SIMON	3108401076	8,015,000	3
13	QUINDIGUASCA	ADELA MONTOYA LUGO	24810644	ADELA MONTOYA LUGO	BARRIO VILLA JULIANA MZ K CASA 12	3116138513	3,756,000	2
14	TELARES DEL CAFÉ	GARCIA DE SALAZAR CONSUELO	24572639	GARCIA DE SALAZAR CONSUELO	CALLE 31 # 20-11 URB. CAMELIAS	7433945	15,600,000	2
15	ARTESANÍAS ALBA	RUBEN DARIO MUÑOZ MAHECHA	3238734	RUBEN DARIO MUÑOZ MAHECHA	Cra 4 No 22-18	3113733569	74,814,000	3

Agregue o elimine filas en función del número de Mipymes beneficiarias.

4. Caracterización Mipymes Beneficiarias

Previa a la presentación de la propuesta, es requisito indispensable realizar el diagnóstico y caracterización de las Mipymes que hacen parte del Encadenamiento Transversal o Clúster y que serán objeto de atención, mediante la presente propuesta.

4.1 Escenario de gestión empresarial ideal de las mipymes beneficiarias

Describe el escenario deseado o el perfil que se pretende alcanzar o llevar a las Mipymes beneficiarias, mediante la ejecución del proyecto.

Empresas pertenecientes a la cadena productiva de la guadua y a los sectores de fibras naturales, cestería y calceta de plátano, con implementación de herramientas de normatividad, calidad y sostenibilidad ambiental, especialmente en el aprovechamiento de la materia prima guadua. Que incorporan en sus procesos empresariales, de desarrollo de producto y de mercadeo estrategias de mejora continua y de innovación, a partir de su enfoque de mercado, local y nacional. 15 empresas con una estrategia de mercadeo y comercialización competitiva mediante la implementación de una marca colectiva, el diseño y mejora de la oferta de productos, la implementación de un sistema de control y monitoreo de costos y definición de precios, y el fortalecimiento de la cadena productiva de la guadua y de los esquemas asociativos. Cinco empresas certificadas en la NTC 6001, que mejoran sus procesos administrativos y comerciales, y que se constituyen en un punto de partida para las demás empresas del sector en lo relacionado con el aseguramiento de la calidad.

15 empresas que se han fortalecido a través de los componentes del Proyecto, y que se destacan en la cadena productiva de la guadua y de fibras naturales, por su nivel de organización, desarrollo de su oferta, su innovación y posicionamiento en su mercado objetivo.

4.2 Análisis de Brechas

Identificar las brechas en cada empresa beneficiaria e indicar el rango promedio de la situación actual y rango promedio de la situación deseada. Resumir las acciones a implementar en cada empresa beneficiaria para cerrar/disminuir las brechas sean productivas, de gestión y/o comerciales.

Mipyme Integrante del Clúster No. 1		Nombre Empresa:	GUADINA	
Área de Gestión	Situación Actual		Situación Deseada	Brechas/Acciones
Listar las áreas de gestión empresarial a intervenir en cada mipyme (Administración, producción, financiera, comercial, otras)	Indicar la situación en que se encuentra la mipyme.		Indicar situación deseada en la mipyme.	Indicar las acciones que cierran/disminuyen la brecha.
1. Diseño, calidad e innovación	Empresa que fabrica artefactos en guadua de la línea decoración y mesa. Su principal necesidad en el componente de diseño radica en llegar a una composición de producto que sea equilibrada, con las propuestas de diseño, color y utilidad. Igualmente es importante mejorar el tema de acabados en algunas piezas. Está vinculada a procesos asociativos.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	Se identifica un nivel básico de organización administrativa y financiera en la empresa. El Propietario es una persona inquieta en estos temas y si esfuerza por implementar algunas herramientas. No obstante requiere asesoramiento para mejorar ésta área. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.		Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría personalizada con énfasis en la implementación de herramientas prácticas que puedan ser aprovechables por la empresaria.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Cuenta con un punto de venta en la ciudad de Armenia, y tiene clientes en mercados como Bogotá, Cali y Medellín. Se trata de un empresario muy proactivo que continuamente está gestionando nuevos mercados. Sin embargo no se ha alineado con la dinámica del Clúster Turístico, teniendo que cuenta con un punto de venta directa. Requieren asesoría para planificar mejor las estrategias de venta y mejorar herramientas de		Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales. Oferta local alineada con el componente turístico, Ruta del Café.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.

Mipyme Integrante del Clúster No. 2		Nombre Empresa:	MOLINARI	
Área de Gestión	Situación Actual		Situación Deseada	Brechas/Acciones
Listar las áreas de gestión empresarial a intervenir en cada mipyme (Administración, producción, financiera, comercial, otras)	Indicar la situación en que se encuentra la mipyme.		Indicar situación deseada en la mipyme.	Indicar las acciones que cierran/disminuyen la brecha.
1. Diseño, calidad e innovación	Fabricación y comercialización de la línea mesa y decoración en guadua, incluido los souvenir y algunos productos corporativos. Es clave en ésta empresa implementar estrategias de diseño e innovación que jalonen la participación de las nuevas generaciones, toda vez que se trata de una empresa de tradición en el municipio de Córdoba, y en el trabajo de la guadua. El empresario ha liderado procesos de asociatividad con otras empresas del sector.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	Se identifica debilidad en ésta área, en el sentido de que no se observan herramientas de planificación y organización administrativa y financiera del negocio. La información financiera sólo se utiliza para eventos que los exigen. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.		Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercadeo es local y nacional. Aunque en los últimos 2 años se ha ido centrando más en lo local. Se han ido articulando con la dinámica de la Ruta del Café y demás componentes del clúster turístico. Su principal necesidad radica en formar a las nuevas personas que están entrando a la empresa, y en adoptar estrategias para darle sostenibilidad a clientes actuales. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos.		Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.

Mipyme Integrante del Clúster No. 3		Nombre Empresa:	CAULINARTE	
Área de Gestión	Situación Actual		Situación Deseada	Brechas/Acciones
Listar las áreas de gestión empresarial a intervenir en cada mipyme (Administración, producción, financiera, comercial, otras)	Indicar la situación en que se encuentra la mipyme.		Indicar situación deseada en la mipyme.	Indicar las acciones que cierran/disminuyen la brecha.
1. Diseño, calidad e innovación	Cuenta con una oferta de productos elaborados a partir de la hoja caulinar de la guadua. Produce objetos decorativos y utilitarios con versatilidad de diseños. Cuenta con personal capacitado para el tema de diseño, que constantemente está innovando en la oferta, no obstante, no maneja procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos. Tienen debilidades en cuanto a capacidad de producción.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.

2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	Personal de la empresa con formación en aspectos administrativos, sin embargo no se implementan herramientas de organización y control en el negocio. Se identifica baja planificación estratégica, sobre todo en lo relacionado con la gestión comercial. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Herramientas administrativas y de planificación debidamente implementadas en el negocio.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercado principal es el turismo receptivo y el turismo doméstico, especialmente en las temporadas altas. Precios competitivos con respecto a otros productos de ésta misma línea. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos. Falta implementar una estrategia de mercadeo y venta a través de la cual se pueda aprovechar todo el potencial de venta que tienen esta empresa.	Estrategia de venta debidamente implementada. Un portafolio de clientes consolidado para el negocio. Uso de TIC's y herramientas publicitarias en el negocio.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.

Mipyme Integrante del Clúster No. 4		Nombre Empresa:	GUADUARTE	
1. Diseño, calidad e innovación	Oferta de productos artesanales diferenciada por su nivel de diseño y acabados. Produce objetos decorativos y utilitarios en guadua, tallados y pintados a mano. Lidera un punto de venta asociativo localizado en el municipio de Quimbaya, en el corredor turístico vía a Panaca. Se encuentra en el proceso de implementación del Manual de Buenas Prácticas Turísticas. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	En general cuenta con un esquema de organización administrativa que responde a los objetivos y al tamaño del negocio. Personal de la empresa con formación en aspectos administrativos. Se identifica baja planificación estratégica en el negocio, sobre todo en lo relacionado con la gestión comercial. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos		Herramienta de planificación debidamente implementada en el negocio.	Asesoría y acompañamiento personalizado para mejorar en ésta área.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	La comercialización de los productos se realiza en el punto de venta. Su mercado principal es el turismo receptivo y el turismo doméstico, especialmente en las temporadas altas. Portafolio de productos de la empresa con poca capacidad de adaptación para el mercado turista, sobre todo porque se trata de productos de gran formato cuyo transporte puede resultar dificultoso para un turista. Precios en general elevados, con respecto a otras artesanías de la zona. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos.		Portafolio de productos diversificado, con enfoque a un producto diseñado propiamente para el turista. Personal capacitado en temas de relevancia para la atención al turista, en el marco de la Ruta de Artesanías. Uso de TIC's y herramientas publicitarias en el	Asesoría personalizada y capacitación en áreas que se requiere mejorar. Asesoría en diseño y desarrollo de producto para diversificar el portafolio de productos de la empresa.

Mipyme Integrante del Clúster No. 5		Nombre Empresa:	ESTILOGUADIA SAS	
Área de Gestión	Situación Actual		Situación Deseada	Brechas/Acciones
Listar las áreas de gestión empresarial a intervenir en cada mipyme (Administración, producción, financiera, comercial, otras)	Indicar la situación en que se encuentra la mipyme.		Indicar situación deseada en la mipyme.	Indicar las acciones que cierran/disminuye la brecha.
1. Diseño, calidad e innovación	Oferta de productos artesanales destacada por su nivel de diseño y acabados. Produce objetos decorativos y utilitarios en guadua, con mezcla de bambú. Cuenta con recurso humano calificado para adelantar actividades de diseño. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos. Ha participado de manera parcial en procesos asociativos, especialmente dirigidos al tema comercial		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	En general cuenta con un esquema de organización administrativa que responde a los objetivos y al tamaño del negocio. Personal de la empresa con formación en aspectos administrativos. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada		Herramienta de planificación debidamente implementada en el negocio.	Asesoría y acompañamiento personalizado para sostenibilidad y actualización en ésta área.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercado principal es el tiendas y distribuidores especializados en la línea de decoración y mesa. Portafolio de productos de la empresa con capacidad de adaptación para el mercado turista, sobre todo porque se trata de productos de pequeño formato. Falta preparación específica para insertarse a una Ruta de Artesanías, aunque su oferta es pertinente para éste producto turístico. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de		Personal capacitado en temas de relevancia para la atención al turista, en el marco de la Ruta de Artesanías. Uso de TIC's y herramientas publicitarias en el negocio.	Asesoría personalizada y capacitación en áreas que se requiere mejorar. Asesoría en diseño y desarrollo de producto para diversificar el portafolio de productos de la empresa.

Mipyme Integrante del Clúster No. 6		Nombre Empresa:	VIKARGUA	
1. Diseño, calidad e innovación	Cuenta con una oferta de productos vanguardista, con buen diseño y acabados, enfocada sobre todo a la línea de regalos corporativos. Cuenta con un excelente dominio de la materia prima principal, guadua, y de acabado en todos los productos. En cuanto a producto su principal debilidad radica en la alta sensibilidad de la guadua a aspectos de inmunización y de control ambiental. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos. El empresario lidera actualmente la organización FEDEGUADUA, y ha participado parcialmente de otros procesos		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	Bajo nivel de organización administrativa. Se identifica baja planificación estratégica del negocio en todas sus áreas funcionales. Actualmente no cuenta con personal disponible en la empresa a quien capacitar para atender funciones administrativas del negocio. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada		Estructura administrativa de la empresa debidamente planificada y organizada. Personal capacitado para atender éstas funciones.	Asesoría y acompañamiento personalizado para mejorar éstas áreas.

3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Tiene definido su mercado objetivo. En su taller de producción recibe permanentemente turistas y personas que por el voz a voz llegan buscando sus productos. No obstante no cuenta con un producto diseñado para el mercado turista, lo cual sería importante porque dada el papel que cumple en el sector es considerado para participar en la Ruta de Artanías. Bajo nivel de preparación en aspectos relacionado con la cultura cafetera del Quindío, como temática diferenciadora que busca el turista que nos visita. Bajo uso de TIC's y de elementos publicitarios.	Portafolio de productos diversificado, con enfoque a un producto diseñado propiamente para el turista. Personal capacitado en temas de relevancia para la atención al turista, en el marco de la Ruta de Artesanías. Uso adecuado de Tic's y de herramientas de publicidad.	Acceso a asesorías y acompañamiento personalizado en los temas que se tiene debilidad.
---	---	---	--

Mipyme Integrante del Clúster No. 7		Nombre Empresa:	ACERO VEGETAL	
1. Diseño, calidad e innovación	Oferta de productos elaborados en guadua, para el mercado corporativo, destacada por su nivel de diseño y acabados. Produce objetos decorativos y utilitarios en guadua, con mezcla de bambú. Cuenta con recurso humano calificado para adelantar actividades de diseño. El empresario a liderado de manera parcial procesos asociativos. Conoce muy bien la materia prima guadua, pero le ha faltado implementar herramientas de calidad y sostenibilidad en el negocio.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	En general cuenta con un esquema de organización administrativa que responde a los objetivos y al tamaño del negocio. Personal de la empresa con formación en aspectos administrativos. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.		Herramienta de planificación debidamente implementada en el negocio.	Asesoría y acompañamiento personalizado para sostenibilidad y actualización en ésta área.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercado principal es el tiendas y distribuidores especializados en la línea de corporativos. Portafolio de productos de la empresa con capacidad de adaptación para el mercado turista, sobre todo porque se trata de productos de pequeño formato. Falta preparación específica para insertarse a una Ruta de Artesanías, aunque su oferta es pertinente para éste producto turístico. Falta mayor aprovechamiento de		Personal capacitado en temas de relevancia para la atención al turista, en el marco de la Ruta de Artesanías. Uso de Tic's y herramientas publicitarias en el negocio.	Asesoría personalizada y capacitación en áreas que se requiere mejorar. Asesoría en diseño y desarrollo de producto para diversificar el portafolio de productos de la empresa.

Mipyme Integrante del Clúster No. 8		Nombre Empresa:	ARTESANÍAS MARQUEZ	
1. Diseño, calidad e innovación	Cuenta con productos en la línea de Decoración y Mesa, es una artesana en el oficio de cestería, fibras naturales, de tradición del municipio de Filandia. Su principal debilidad radica en la necesidad de incorporar una línea de producto de pequeño formato más asquequible para el turista. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	La empresaria ha participado en actividades capacitación empresarial. Sin embargo se identifica que su nivel de implementación dentro de la empresa es bajo. No utiliza herramientas de planificación y seguimiento por escrito, ni en lo administrativo ni en lo financiero. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.		Contar con una estructura administrativa, financiera y comercial debidamente organizada.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	El mercado es principalmente local, con ubicación de un punto de venta del municipio de Filandia que se encuentra sobre el corredor turístico. Depende mayormente de las ventas al turista, aunque no se encuentra debidamente articulada con el sector turístico del departamento, caso Ruta del Café. Anualmente la empresaria participa en Expoartesanías. Precisan asesoría para planificar mejor las estrategias de venta y mejorar herramientas de imagen corporativa del negocio, y aprovechamiento de TIC's		Contar con canales de comercialización alternos para el mercadeo nacional. Oferta articulada con la apuesta turística del departamento.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.

Mipyme Integrante del Clúster No. 9		Nombre Empresa:	ARTESANÍAS HECHAS A MANO	
1. Diseño, calidad e innovación	Fabrican productos de fibras naturales -cestería de gran formato, principalmente, para la línea de decoración y mesa. En menor cantidad producto pequeño, especialmente contenedores y lámparas. Requiere asesoría en diseño para propuestas innovativas de producto, diseño de pequeño formato para mercado turista. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos.		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	No se identifican procedimientos ni herramientas de organización administrativa y financiera de la empresa. Las personas integrantes cuentan con pocos conocimientos en ésta área. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.		Contar con una estructura administrativa, financiera y comercial debidamente organizada.	Asesoría personalizada con énfasis en la implementación de herramientas prácticas que puedan ser aprovechables por la empresaria.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	El mercado es principalmente local, con ubicación de un punto de venta del municipio de Filandia que se encuentra sobre el corredor turístico. Depende mayormente de las ventas al turista, aunque no se encuentra debidamente articulada con el sector turístico del departamento, caso Ruta del Café. Anualmente la empresaria participa en Expoartesanías. Necesitan asesoría para planificar mejor las estrategias de venta y mejorar herramientas de imagen corporativa del negocio, y aprovechamiento de TIC's		Contar con canales de comercialización alternos para el mercadeo nacional. Oferta articulada con la apuesta turística del departamento. Aprovechamiento de las TIC's para el mercadeo de los productos.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.

Mipyme Integrante del Clúster No. 10		Nombre Empresa:	TOTUMAGUA	
1. Diseño, calidad e innovación	Elaboran piezas decorativas y utilitarias, como floreros y contenedores en totumo, combinado con guasca y otras fibras naturales. Se identifica una importante destreza en la técnica de elaboración del producto y el denominio de la materia prima. Precisan asesoría en desarrollo de nuevos diseños e innovación de propuestas de producto. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos. Está vinculada de manera parcial a procesos asociativos		Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.

2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	No reporta el uso de herramientas de planificación en el negocio. No se identifica un esquema de organización administrativa, financiera y comercial de las actividades que se llevan a cabo en la empresa. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Estructura administrativa, financiera y comercial de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Comercializa sus productos a través de tiendas y distribuidores de productos artesanales y decorativos, tanto de armenia como de otras ciudades del país. Se destaca el valor diferenciado del producto por el aprovechamiento de la materia prima. Participa anualmente en la Feria Expoartesánias. No cuenta con una estrategia de comercialización sostenida. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos.	Estrategia de mercado sostenida que reporta ventas e ingresos para la empresa durante todo el año. Mayor aprovechamiento de TIC'S y herramientas de publicidad.	Asesoría personalizada y capacitación en áreas que se requiere mejorar. Asesoría en diseño y desarrollo de producto para diversificar el portafolio de productos de la empresa.
Mipyme Integrante del Clúster No. 11		Nombre Empresa:	CREACIONES ADALO
1. Diseño, calidad e innovación	Elaboración y comercialización de la línea mesa y decoración en guasca o calceta de plátano. Adicionalmente maneja una línea de empaques en guasca, que es uno de los productos que más le rotan. Requiere implementar estrategias de diseño e innovación que jalonen la incursión en nuevos mercados. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos. No está vinculada a procesos asociativos.	Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	No se utilizan herramientas de planificación y organización administrativa y financiera del negocio. La información financiera sólo se utiliza para eventos que los exigen. La propietaria de la empresa participa continuamente en actividades de capacitación. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercadeo es local, y nacional comercializa a través de tiendas y de artesanías y tiendas de decoración. La línea de empaques tiene un buen mercado institucional y para la industria de alimentos. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos. No cuenta con una herramienta de planificación comercial debidamente implementada.	Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
Mipyme Integrante del Clúster No. 12		Nombre Empresa:	DEL NARANJO
1. Diseño, calidad e innovación	Elaboración y comercialización de la línea de figuras decorativas en cascara de naranja combinada con guasca. Adicionalmente maneja la línea de souvenirs en cascara de naranja. Requiere implementar estrategias de diseño e innovación que jalonen la incursión en nuevos mercados. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos. Ha estado vinculada parcialmente a procesos asociativos.	Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	No se utilizan herramientas de planificación y organización administrativa y financiera del negocio. La información financiera sólo se utiliza para eventos que los exigen. La propietaria de la empresa participa continuamente en actividades de capacitación. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercadeo es local, y nacional comercializa a través de tiendas y de artesanías y tiendas de decoración. La línea de figuras típicas en cáscara de naranja es de las que más llama la atención. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos. No cuenta con una herramienta de planificación comercial debidamente implementada.	Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
Mipyme Integrante del Clúster No. 13		Nombre Empresa:	QUINDIGUASCA
1. Diseño, calidad e innovación	Elaboración y comercialización de la línea mesa y decoración en calceta de plátano. Adicionalmente maneja una línea de empaques en guasca, que es uno de los productos que más le rotan. Requiere implementar estrategias de diseño e innovación que jalonen la incursión en nuevos mercados. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos.	Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	No se utilizan herramientas de planificación y organización administrativa y financiera del negocio. La información financiera sólo se utiliza para eventos que los exigen. La propietaria de la empresa participa continuamente en actividades de capacitación. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercado es local comercializa a través de puntos de venta y tiendas ubicados en corredores turísticos del municipio de Montenegro. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos. No cuenta con una herramienta de planificación comercial debidamente implementada.	Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
Mipyme Integrante del Clúster No. 14		Nombre Empresa:	TELARES DEL CAFÉ

1. Diseño, calidad e innovación	Elaboración y comercialización de la línea mesa y decoración en la técnica de Telar mezclada con guasca. Requiere implementar estrategias de diseño e innovación que jalonan la incursión en nuevos mercados. La empresa ha estado vinculado a procesos asociativos de manera parcial. No cuenta con procesos organizados de innovación y de sostenibilidad en la calidad de su oferta de productos.	Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	Se identifica debilidad en ésta área, en el sentido de que no se observan herramientas de planificación y organización administrativa y financiera del negocio. La información financiera sólo se utiliza para eventos que los exigen. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercadeo es local, comercializa a través de tiendas y de artesanías y tiendas de decoración. Participa anualmente en Expoartesanías. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos. No cuenta con una herramienta de planificación comercial debidamente implementada.	Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
Mipyme Integrante del Clúster No. 15		Nombre Empresa:	ARTESANÍAS ALBA
1. Diseño, calidad e innovación	Elaboración y comercialización de la línea mesa y decoración en guasca y en fibras naturales. Requiere implementar estrategias de diseño e innovación que jalonan la incursión en nuevos mercados. Lidera un proceso asociativo en el municipio de Montenegro, alrededor del sector guadua.	Oferta de producto debidamente desarrollada para mercados objetivo, y respaldada en una marca colectiva.	Asesoría personalizada en diseño y desarrollo de producto. Asistencia técnica para beneficiarse del uso de una marca colectiva. Acceso a asesoría y acompañamiento en mercadeo y comercialización.
2. Aspectos administrativos, costeo y definición de precios	Se identifica debilidad en ésta área, en el sentido de que no se observan herramientas de planificación y organización administrativa y financiera del negocio. La información financiera sólo se utiliza para eventos que los exigen. No ha implementado ninguna norma técnica de calidad para el mejoramiento de procesos administrativos en el negocio. No cuenta con una herramienta de costeo de los productos debidamente implementada.	Estructura administrativa y financiera de las empresa organizadas.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.
3. Mercadeo, comercialización y asociatividad	Su mercadeo es local, comercializa a través de tiendas y de artesanías y tiendas de decoración. Falta mayor aprovechamiento de herramientas de publicidad y TIC's para la promoción de la oferta de productos. No cuenta con una herramienta de planificación comercial debidamente implementada.	Estructura de comercialización consolidada, con sostenibilidad a clientes locales y nacionales.	Asesoría y capacitación empresarial en éstos temas, pero que énfasis en implementación.

Agregue o elimine filas en función al número de mipymes beneficiarias y a las áreas de gestión a intervenir en cada una de ellas.

5. Descripción de la Propuesta

5.1 Descripción general del proyecto

Describir lo que se plantea desarrollar, cómo y dónde pretende llevarlo a cabo.

Describir el grupo de Mipymes a atender

Se trata de implementar una estrategia de desarrollo competitivo de 15 empresas pertenecientes al sector de la guadua y las fibras naturales en el Quindío, que derive en su fortalecimiento comercial e incremento en ventas en el mercado local y nacional, mediante los componentes de calidad, innovación y enfoque de mercado.

El proyecto busca que estas empresas, las cuales elaboran productos “hechos a mano” en los oficios de guadua y trabajos en fibras naturales, cestería y calceta de plátano, mejoren sus condiciones de aprovechamiento de las oportunidades del mercado, tanto local como nacional. En el mercado local mediante una mayor articulación y establecimiento de relaciones de complementariedad con el sector turístico, y en el mercado nacional a través del aprovechamiento canales de comercialización en tiendas de decoración y hogar y distribuidores especializados en productos hechos a mano, de acuerdo al enfoque de mercado de cada una.

Se enfatiza en las oportunidades comerciales que reporta el mercado local y regional en el marco de la dinámica turística, fortalecida por la reciente declaratoria de la UNESCO de Paisaje Cultural Cafetero – PCC, de la cual hacen parte los municipios del Quindío, para lo cual es clave mejorar las condiciones de la oferta, en términos de diseño, aspectos empresariales y herramientas de comercialización.

Un tema que es clave para el fortalecimiento de estas empresas corresponde a la innovación y al aseguramiento de la Calidad. En innovación, porque es clave sintonizarse con las condiciones de la demanda, que continuamente exige mejoras y nuevas propuestas de producto. Y en calidad, porque se trata de materias primas con una alta exposición a factores ambientales, que influyen de manera decisiva en la consistencia del producto final, lo cual afecta directamente la sostenibilidad de la oferta de productos en guadua en los mercados objetivos, así como su ciclo de vida. De igual modo, el componente de calidad no sólo tiene alcance a los procesos de transformación, sino también a los procesos administrativos que adelantan cada una de las empresas beneficiarias objeto de la Certificación en la norma técnica NTC 6001.

En esa misma línea, el proyecto también se enfoca a dos componentes estratégicos, la implementación de herramientas de sostenibilidad de la calidad, la implementación de herramientas de costeo y definición de precios competitivos y el registro de una marca colectiva.

Estas empresas constituyen una importante fuente de generación de puestos de trabajo, especialmente indirectos por la demanda de las materias primas principales que se utilizan en la elaboración de los distintos productos, como lo son la guadua, la calceta de plátano y el bejuco; asimismo se enmarcan dentro de la vocación productiva del departamento del Quindío, contando a este punto con una oferta de productos diferenciada que hacen parte de la biodiversidad de la zona, y que cuentan medianamente con aspectos de calidad, diseño y capacidad de producción, con oportunidades de mercado identificadas. Por tanto, se pretende desarrollar una estrategia de aprovechamiento de estas oportunidades, que permita consolidar a las empresas de éste sector como actores clave en su complementariedad con el sector turístico y manufacturero de la región, y del país. Aprovechando las herramientas y oportunidades de mercadeo que puede gestionar el proponente, como entidad que representa el sector artesanal del País, con la entidad aliada en el departamento del Quindío, la Cámara de Comercio de Armenia, la cual participó en la identificación y formulación del Proyecto y aportará recursos de contrapartida para su ejecución.

5.2 Oportunidad

Describir la oportunidad que enfrenta el sector/territorio y/o la Industria, y que ha sido visualizado por el Proponente.

Indicar el o los mercados que el proponente ha detectado como una oportunidad para las empresas participantes.

Cuantificar el tamaño de los mercados identificados, su tasa de crecimiento y cuál es la participación que se pretende lograr con el Proyecto.

Identificar, caracterizar y dimensionar a los potenciales clientes.

Indicar cómo las empresas participantes se insertan en esta oportunidad.

Los sectores de Guadua y Fibras Naturales son un renglón productivo vinculado al clúster turístico y a la industria manufacturera del Quindío, por tanto agrega valor a materias primas y subproductos de la industria maderable y agrícola de la región.

Representa para el Departamento del Quindío una fuente importante de ingresos y de generación de puestos de trabajo, promisorio por el aporte socioeconómico que hace a las localidades más destacadas en la práctica fabricación de productos “Hechos a Mano” como turística, tales como Filandia, Córdoba, Quimbaya, Salento, Calarcá, Buenavista y Armenia especialmente. Por tanto, mediante las actividades estratégicas previstas por el Proyecto se busca incrementar los ingresos de las empresas beneficiarias, mejorar las condiciones de su oferta en términos del mercado objetivo y mejorar su capacidad de negociación y posicionamiento, dadas las oportunidades del mercado local y nacional, particularmente por todo lo que movilizaba el mercado de turista, el cual corresponde especialmente a visitantes propios y extranjeros que llegan a la región durante las tres temporadas turísticas que se dan durante el año, a tiendas de artesanías y comercializadores localizados en las principales ciudades del país como Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena y Manizales, y a los espacios comerciales que se les abre a las empresas a través de las ferias EXPOARTESANÍAS, y EXPOHOGAR que se realizan anualmente en Corferías Bogotá.

Igualmente se identifican oportunidades comerciales en el mercado de exportación, las cuales se pueden ir allanando a partir de los procesos de mejora que proponen el proyecto.

5.3 Propósito / Objetivo general

El objetivo debe responder a la siguiente pregunta: ¿Qué se espera lograr con la ejecución del proyecto?, en donde se va a realizar? y mediante que se va a lograr?

Mejoramiento competitivo de las empresas pertenecientes a los sectores de guadua y fibras naturales en el Quindío, en los oficios de trabajos en guadua, cestería y calceta de plátano, mediante el incremento de sus capacidades en los componentes de calidad, innovación, sostenibilidad ambiental, gestión empresarial y desarrollo asociativo.

5.6 Estrategia de Comercialización

Describir cómo las empresas pretenden llegar a sus potenciales clientes, canales de distribución, análisis de precios, plan de promoción y difusión.

Indicar cuál es el impacto que se espera tenga este proyecto en las ventas de cada una de las empresas.

Describir estrategia de asociatividad, estrategia de crecimiento, modelo de financiamiento futuro.

Si corresponde, indicar los aspectos regulatorios/normas que enfrenta el Proyecto.

La principal apuesta del Proyecto y del grupo de empresas beneficiarias lo constituye el lograr preparar un portafolio de productos desde el enfoque de mercado y la articulación y establecimiento de relaciones de complementariedad con el clúster de Turístico del Quindío. Para ello se busca mejorar y adaptar la oferta a un mercado cada vez más exigente, así como integrar herramientas de control de la calidad y de diferenciación de producto, tales como registro de una Marca Colectiva, fortalecimiento empresarial mediante de herramientas y prácticas de innovación, mercadeo y aprovechamiento de oportunidades comerciales, y asesoramiento en diseño enfatizando el mercado de cada negocio beneficiario, sustentado en la calidad y competitividad de la oferta de productos elaborados en guadua y fibras naturales, aprovechadas en los oficios de Cestería y relacionados.

Para lo que respecta al mercado local, su principal mercado está dirigido a los canales de distribución que constituyen un punto de encuentro con el Turista que llega al departamento, de acuerdo a las distintas temporadas que se presentan a lo largo del año.

- Mercado Local:
Comprende Tiendas Artesanales situadas en los municipios de Armenia (sede Gobernación del Quindío) Salento, Filandia, Quimbaya, Montenegro, Calarcá y Armenia principalmente, localizadas en las zonas céntricas o sobre los corredores turísticos, como es el caso de Quimbaya, y de Filandia principalmente.

El municipio de Salento se destaca en el departamento por concentrar una de las mayores ofertas en cuanto a distribución de artesanías en el departamento.

De modo menos representativo las empresas beneficiarias tienen participación en eventos comerciales locales, realizados en el Centro de Convenciones, la Cámara de Comercio y sobre corredores turísticos.

- Mercado nacional:

Comprende la distribución a través de tiendas especializadas en la venta de producto artesanal, situadas principalmente en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, y Eje Cafetero. Gran parte de estas tiendas y puntos de distribución

están situadas igualmente sobre corredores turísticos o zonas igualmente de visita recurrente por parte de turísticas, principalmente extranjeros. Se distribuyen algunas líneas de productos en esos mismos mercados en tiendas de decoración y de regalo, especialmente para las líneas de decoración y mesa en guadua, madera y fibras naturales.

Mercado on – line:

Se trata de una estrategia de comercialización en la cual se busca que los empresarios empiecen a hacer un mayor uso de las TIC's y de las distintas alternativas de mercadeo que les ofrece Internet, a través de espacios propios o de sitios web a través de los cuales pueden promocionar su portafolio de productos y hacer contactos de negocios. Para el efecto, se integrarán al proyecto, todas aquellas herramientas con que cuenta tanto Artesanías de Colombia, como su aliado, la Cámara de Comercio de Armenia.

Se trata de aprovechar el incremento en los hábitos de compra on-line y situar a la artesanía como un producto que igualmente puede ser adquirido a través de éste, para lo cual en el marco del Proyecto se preparará al grupo de beneficiarios. Aunque la mayoría ya maneja su cuenta de correo electrónico, incluso cuenta con su propia cuenta de Facebook y en otras redes sociales, se identifica que no se realiza el debido aprovechamiento de éstas herramientas de comunicación, no sólo personales sino comerciales y de negocios.

Por tanto, se aprovecharán herramientas tales como los sitios web de ambas entidades, las redes sociales a las cuales se encuentran inscritas y especialmente, a efectos de buscar potencial un estrategia de e-marketing para el portafolio de productos de las empresas beneficiarias.

Participación en Ferias Especializadas:

Las empresas beneficiarias le apuestan a eventos nacionales especializados y de alto posicionamiento para la comercialización de su portafolio de productos. En los cuales cobra vigencia el diseño, la calidad, los acabados pero principalmente la propuesta innovadora, indistinto del oficio artesanal del que se trate.

Constituye así mismo un mercadeo cautivo para el grupo de empresas beneficiarias del Proyecto la Feria Expoartesánías, la cual concentra año a año más de 120.000 visitantes, y que comprende un punto estratégico de negociación con distribuidores especializados y compradores que se centran con especial interés en los productos elaborados en guadua y fibras naturales.

Los siguientes son otros eventos en que los empresarios buscan participar anualmente, y para los cuales interesa llegar con un producto que cumpla con las expectativas del mercado y les reporten las ventas, los negocios e ingresos que ellos esperan:

- FERIAS DE LAS COLONIAS – Corferias, Bogotá
- EXPOHOGAR – Corferias, Bogotá
- FERIA ORIGENES – Cartagena
- FERIA DE BIOCOMERCIO – Eje Cafetero
- AGROEXPO – Corferias Bogotá

6. Esquema de Intervención

La estructura del proyecto deberá contemplar las siguientes variables:

Resultados

Elementos verificables o cuantificables resultantes de la ejecución de distintas actividades relacionadas.

Actividades

Tareas específicas asociada a un resultado, que se realizan en un periodo de tiempo determinado y con unos recursos asociados.

Meta

Se entiende como el valor agregado en los productos/servicios/modelo de negocio de los proveedores/distribuidores y su repercusión en el cliente final, según: mejoras de calidad, acceso a nuevos mercados, ahorro de costos, aumento de ventas, aumento de exportaciones, aumento en la rentabilidad del negocio, etc.

6.1 Resultados y metas esperados

Describir los productos, resultados y/o metas que se pretende alcanzar. Indicar según corresponda, cuál sería el valor agregado en los productos/servicios/modelo de negocio de las Mipymes que hacen parte del Clúster y su repercusión en el cliente final, según: mejoras de calidad, acceso a nuevos mercados, ahorro de costos, aumento de ventas, aumento de exportaciones, aumento en la rentabilidad del negocio, etc.

6.1.1 RESULTADOS ESPERADOS

Resultado No. 1	Fortalecimiento asociativo de la cadena productiva y de los procesos de innovación empresarial y de comercialización de las empresas, con enfoque a su articulación con el Clúster turístico.
Resultado No. 2	Mejora de los procesos de diseño, innovación y desarrollo del portafolio de productos del grupo de empresas beneficiarias
Resultado No. 3	Mejora de las condiciones de calidad y de sostenibilidad ambiental de la oferta de productos elaborados en guadua, mediante la implementación de los aspectos normativos, de calidad y de sostenibilidad ambiental aplicables a ésta materia prima

6.1.2 METAS ESPERADAS

Meta No. 1	15 empresas mejoran sus procesos de innovación empresarial. 80% empresas beneficiarias se vinculan a un esquema de comercialización colectivo articulado con el sector turístico. Una asociación fortalecida administrativa y comercialmente.
Meta No. 2	15 empresas que realizan trabajos en guadua y fibras naturales mejoran sus procesos diseño, innovación y desarrollo de su oferta de productos, y reciben asesoría técnica especializada.
Meta No. 3	Por lo menos el 80% de las empresas de guadua implementan aspectos normativos, de calidad y sostenibilidad ambiental aplicables para la materia prima guadua. 5 empresas se certifican en la NTC 6001. por lo menos 80% de empresas de guadua se benefician de marca colectiva.

Agregue o elimine filas en función del número de resultados y metas esperadas

6.2 ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Resultado	Código	Actividad	Fuente de verificación
Resultado No. 1 Mejora de procesos de innovación empresarial, mercadeo y comercialización	A01	Consultoría técnica para la implementación de herramientas de mejora competitiva, con enfoque en innovación y mejora de procesos de mercadeo	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
	A02	Consultoría técnica para la implementación de esquemas de distribución colectiva, vinculados en lo local a las rutas temáticas del clúster turístico y a las estrategias de Paisaje Cultural Cafetero - PCC	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
	A03	Consultoría técnica para la implementación de un sistema costeo y definición de precios de venta, de acuerdo con el enfoque de mercado.	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
	A04	Asistencia técnica para el diseño de la marca colectiva, los manuales de uso y de imagen corporativa, y etiqueta y material relacionado, para las empresas que elaboran productos en Guadua	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
	A05	Asistencia técnica para el fortalecimiento de la cadena productiva de guadua y de los procesos asociativos de los que hacen parte las empresas beneficiarias	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
RESULTADO 2 Mejora del nivel de desarrollo del portafolio de productos del grupo de empresas beneficiarias con enfoque de mercado	A06	Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de Decoración y Hogar, a partir del enfoque de mercado del beneficiario	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
	A07	Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de corporativos y souvenirs	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades
	A08	Consultoría técnica en el diseño de un producto distintivo y diferenciador dentro de la oferta de la cadena productiva de la guadua en el Quindío	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades. Prototipos y diseños de productos
RESULTADO 3 Mejora de las condiciones de calidad y de sostenibilidad ambiental de la oferta de productos elaborados en guadua, mediante la implementación de los aspectos normativos, de calidad y de sostenibilidad ambiental aplicables a ésta materia prima	A09	Consultoría técnica para la implementación de manual de buenas prácticas, aspectos normativos, de calidad y sostenibilidad ambiental de la materia prima principal.	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades.
	A10	Consultoría para la implementación del manual de uso, protocolos y demás lineamientos que vinculan el uso de una marca colectiva.	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades.
	A11	Consultoría especializada para el registro de una marca colectiva de la oferta de las empresas beneficiarias.	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades. Copia de las resoluciones de registro de marca que entrega la SIC.

6.2 ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Resultado	Código	Actividad	Fuente de verificación
	A12	Consultoría para la implementación de la norma técnica de calidad NTC 6001 en 5 empresas beneficiarias	Actas de asesoría técnica. Documentación Soporte. Registro de asistencia reuniones grupales. Registro fotográfico. Informe de actividades. Copia de las Certificaciones que entrega el ICONTEC

Agregue o elimine filas en función del número de resultados y actividades previstas.

7. Metodología de Actividades

Amplíe información sobre cada actividad, de manera que se pueda conocer en detalle su alcance, aportando datos como:

- Contenidos temáticos.
- Especificaciones técnicas.
- Intensidad horaria.
- Responsables de la ejecución.
- Cómo se calcularon los costos (recursos de la base cálculo)
- Seguimiento y evaluación, entre otros.

CÓDIGO ACTIVIDAD	NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
A01	Consultoría técnica para la implementación de herramientas de mejora competitiva, con enfoque en innovación y mejora de procesos de mercadeo	<p>Contenidos temáticos: ANALISIS DE LAS CONDICIONES ACTUALES DE COMERCIALIZACION DE LAS EMPRESAS BENEFICIARIAS.</p> <p>2. ANALISIS DEL CONTEXTO</p> <p>3. PLAN DE ACCIÓN INNOVACIÓN Y ENFOQUE DE MERCADO</p> <p>Especificaciones técnicas: Consultoría técnica personalizada mediante plan de asesoría específica consensuada con el empresario. Profesional o empresa consultora, con experiencia profesional en asesoría empresarial en procesos de innovación, mercadeo y comercialización de por lo menos 4 años. Preferiblemente con experiencia en el ámbito de la cadena productiva de la guadua, las fibras naturales y los productos hechos a mano. VER TDR</p> <p>Duración: 10 Meses.</p> <p>Número de horas: Promedio de 44 horas por empresa.</p> <p>Responsable de la ejecución: Consultor o empresa consultora contratada.</p> <p>Cálculo de los costos de la Consultoría: Se ha calculado el valor hora de la consultoría en \$80.000. Teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A02	Consultoría técnica para la implementación de esquemas de distribución colectiva, vinculados en lo local a las rutas temáticas del clúster turístico y a las estrategias de Paisaje Cultural Cafetero - PCC	<p>Contenidos temáticos: I. VALORACIÓN SITUACIÓN ASOCIATIVA DE LAS EMPRESAS BENEFICIARIAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos asociativos a las que están integradas. - Nivel de madurez de estos procesos asociativos. - Casos y resultados de procesos anteriores de comercialización colectiva - Propensión a la asociatividad de las empresas beneficiarias. <p>II. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN COLECTIVA DE LA OFERTA DE PRODUCTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado local: Distribución directa o indirecta - Mercado nacional: Distribución directa o indirecta. Ferias y eventos de comercialización - Mercado turísticos: Puntos de venta en corredores turísticos - Otras estrategias de distribución que resulten favorables, logrables y sostenibles por el grupo de beneficiarios. <p>III. PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de Producto, Estrategias de Precio, Estrategias de comunicación y posicionamiento de la oferta promocionada de manera colectiva, Estrategias de mercado, Estrategias de distribución, Alianzas comerciales, Cronograma, Presupuesto estimado <p>Especificaciones técnicas: Consultoría técnica grupal. Profesional o empresa consultora, con experiencia profesional de por lo menos 4 años en administración de negocios, administración de empresas, economía, y áreas profesionales relacionadas. Con preferencia con experiencia en el sector turístico y los productos hechos a mano.</p> <p>Intensidad Horaria: duración 9 meses. VER TDR</p> <p>Responsable de la ejecución: Consultor o empresa consultora contratada. Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor de honorarios de la consultoría en \$30.200.000 teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo consultor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A03	Consultoría Técnica para la implementación de un sistema costeo y definición de precios de venta, de acuerdo con el enfoque de mercado.	<p>Contenidos temáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistemas de costeo, Costos de administración, Costos directos de producción, Costos indirectos de producción, Asignación Porcentual de los Recursos a las Actividades de Producción, Asignación Porcentual de los Recursos a las Actividades de Administración, Generadores de Costos para el Área de Producción, Generadores de Costos para el Sector Administrativo, - Aprovechamiento de las TIC's para realizar un control y monitoreo de los costos, eficiente. <p>Especificaciones técnicas: Consultoría técnica personalizada, mediante plan de asesoría específica consensuada con el empresario. Profesional, empresa consultora, con formación en administración de empresas, contaduría pública, economía, administración de negocios, finanzas o áreas relacionadas, con experiencia acreditada de por lo menos de 4 años en la asesoría en sistemas de costeo, definición de precios y finanzas. VER TDR.</p> <p>Intensidad Horaria: 18 horas promedio por empresa. 11 meses. (Se presupuesta éste tiempo, toda vez que se trata de unas de las temáticas de mayor dificultad para ser implementada por los beneficiarios)</p> <p>Responsable de la ejecución: Consultor asignado a la actividad. Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor hora de consultoría en \$80.000 teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la Consultoría. Retroalimentación con los empresarios. Informe final de la actividad.</p>
A04	Asistencia técnica para el diseño de la marca colectiva, los manuales de uso y de imagen corporativa, y etiqueta y material relacionado, para las empresas que elaboran productos en Guadua	<p>Contenidos temáticos: Asesoría específica al grupo de beneficiarios en el diseño gráfico de la marca colectiva a registrarse. El diseño gráfico de los manuales de uso de la marca. La imagen corporativa y las piezas publicitarias a partir de la marca colectiva que se registrará en el marco del Proyecto. Etiqueta distintiva del proyecto, y diseño de demás piezas promocionales que requiera el grupo de empresas beneficiarias de acuerdo a su enfoque de mercado.</p> <p>Especificaciones técnicas: Asistencia técnica personalizada, mediante reuniones grupales con el colectivo de beneficiarios. Profesional en publicidad y áreas afines, con 3 años de experiencia en asesoría en ésta línea a empresas del sector. VER TDR</p> <p>Intensidad Horaria: 40 horas promedio de asesoría por empresa durante 14 meses. (se descuenta tiempo de transporte intermunicipal, agendamiento de citas de asesoría, informes de seguimiento de la actividad)</p> <p>Responsable de la ejecución: Asesor en publicidad o áreas afines. Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor de honorarios mensuales en \$2.000.000. teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>

A05	Asistencia técnica para el fortalecimiento de la cadena productiva de guadua y de los procesos asociativos de los que hacen parte las empresas beneficiarias	<p>Contenidos temáticos: comprende la asistencia técnica para fortalecer los procesos asociativos de los que hacen parte las empresas beneficiarias, con énfasis en la cadena productiva de la guadua y las organizaciones que la lideran. Se impartirá asistencia en aspectos administrativos, legales y comerciales. Entendiendo que la asociatividad es pieza clave para el fortalecimiento del colectivo de empresas beneficiarias.</p> <p>Especificaciones técnicas: Asistencia técnica impartida por dos profesionales en aspectos administrativos y comerciales, respectivamente.</p> <p>Intensidad Horaria: 40 horas de aplicación semanales de los asesores asignados a la actividad. (se descuenta tiempo de transporte intermunicipal, agendamiento de citas de asesoría, informes de seguimiento de la actividad)</p> <p>Responsable de la ejecución: Asesores asignados a la actividad.</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor mes del asistencia técnica en \$2.200.000 teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de consultoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la consultoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A06	Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de Decoración y Hogar, a partir del enfoque de mercado del beneficiario	<p>Contenidos temáticos: La línea de decoración y Hogar es una de las principales de las empresas beneficiarias, y ésta representa más del 70% de sus oferta de productos, por tanto se busca que ésta sea mejorada y que responda eficientemente a las expectativas del mercado, que cada vez más busca productos renovados. Comprenderá las siguientes temáticas: Conceptos de diseño, funcionalidad, adaptación al mercado, la capacidad de fabricación y la viabilidad en todo el proceso de diseño. Innovación y desarrollo de producto. Aspecto ergónimos, paleta de colores, apariencia, diferenciación. Concepto diferencial de producto. Creación de nuevas líneas de producto, profundización y/o ampliación de líneas actuales.</p> <p>Especificaciones técnicas: Asistencia técnica personalizada, mediante plan de asesoría específica consensuada con el empresario. Profesional en Diseño Industrial, con 3 años de experiencia en asesoría a empresas del sector artesanal y de productos hechos a mano, decorativos y utilitarios, oficios en guadua y fibras naturales.</p> <p>Intensidad Horaria: 10 meses de asistencia tecnica, con una aplicación promedio semanal de los asesores de 40 horas. (se descuentan tiempos de movilización, comunicación con beneficiarios y presentación de informes de avance)</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor de honorarios mensuales en \$2.200.000. teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A07	Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de corporativos y souvenirs	<p>Contenidos temáticos: Se identifica como una línea clave de intervención del Proyecto, porque si bien innovación no es sólo en producto, es claro que el mercado si exige constantemente una oferta renovada de productos. comprende los siguientes temas: Conceptos de diseño, funcionalidad, adaptación al mercado, la capacidad de fabricación y la viabilidad en todo el proceso de diseño. Innovación y desarrollo de producto. Aspecto ergónimos, paleta de colores, apariencia, diferenciación. Concepto diferencial de producto. Creación de nuevas líneas de producto, profundización y/o ampliación de líneas actuales.</p> <p>Especificaciones técnicas: Asistencia técnica personalizada, mediante plan de asesoría específica consensuada con el empresario. Profesional en Diseño Industrial, con 3 años de experiencia en asesoría a empresas del sector artesanal y de productos hechos a mano, decorativos y utilitarios, oficios en guadua y fibras naturales. VER TDR.</p> <p>Intensidad Horaria: 10 meses de asistencia tecnica, con una aplicación promedio semanal de los asesores de 40 horas. (se descuentan tiempos de movilización, comunicación con beneficiarios y presentación de informes de avance)</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor de honorarios mensuales en \$2.200.000. teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A08	Consultoría técnica en el diseño de un producto distintivo y diferenciador dentro de la oferta de la cadena productiva de la guadua en el Quindío	<p>Contenidos temáticos: Asistencia técnica por parte del equipo asesor en: 1. Valoración de la oferta actual del grupo de empresas que hacen parte de la cadena productiva guadua. 2. Validación del enfoque de mercado y oportunidades comerciales para introducir una nueva línea de producto con las características deseadas. Análisis sociocultural, Análisis socioeconómico, Desarrollo técnico, Creación y realización del producto, Comunicación. VER TDR.</p> <p>Especificaciones técnicas: Consultoría técnica especializada. Profesional en Diseño Industrial, con 3 años de experiencia en asesoría a empresas del sector de productos hechos a mano, decorativos y utilitarios, oficios en guadua.</p> <p>Intensidad Horaria: La consultoría tendrá una duración de 10 meses. (se descuenta tiempo de transporte intermunicipal, agendamiento de citas de asesoría, informes de seguimiento de la actividad, diseño de bocetos para nuevas propuestas de productos)</p> <p>Responsable de la ejecución: Consultor especializado asignado a la actividad.</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor de honorarios de la consultoría en \$45.000.000. teniendo como base los precios que en el mercado se manejan para éste tipo de asesoría, experiencias similares que han tenido otras entidades en el Quindío. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A09	Consultoría técnica para la implementación de manual de buenas prácticas, aspectos normativos, de calidad y sostenibilidad ambiental de la materia prima principal.	<p>Contenidos temáticos: Se trata de llevar a las empresas beneficiarias a que implementen el manual de buenas prácticas, y la normatividad que en materia de calidad y sostenibilidad ambiental de la materia prima guadua existe actualmente, tal como la Ley Forestal, los parámetros de aprovisionamiento de la materia prima guadua, entre otras que deben ser observadas por los empresarios y que se constituyen en requisito indispensable para la permanencia de éstas empresas en el sector. La implementación de éstas normas debe permitir establecer unos protocolos de calidad y manejo ambiental entre el grupo de empresas beneficiarias, como un requisito indispensable para su permanencia en el tiempo.</p> <p>Especificaciones técnicas: VER TDR</p> <p>Intensidad Horaria: 160 horas por empresa, promedio 12 horas mensuales, durante 14 meses (se descuenta tiempo de transporte intermunicipal, agendamiento de citas de asesoría, informes de seguimiento de la actividad)</p> <p>Responsable de la ejecución: Asesor asignado a la actividad.</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor de hora de la consultoría en \$80.000. Teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>

A10	Consultoría para la implementación del manual de uso, protocolos y demás lineamientos que vinculan el uso de una marca colectiva.	<p>Contenidos temáticos: Comprende sensibilización -capacitación y asesoría específica dirigida a que los empresarios implanten los parámetros y condiciones definidos en el manual de uso de la marca colectiva, a efectos de que esta pueda ser aprovechada de manera eficiente. La consultoría tendrá alcance a la adaptación y apropiación del manual de uso de la marca, y se desarrollará de manera paralela al registro colectivo de marca que se tienen previsto .</p> <p>1. Propiedad intelectual y el valor de una marca, 2. Importancia de las marcas colectivas, experiencias exitosas, 3. Determinantes de éxito de una marca, Reconocible (respecto de los productos o servicios comercializados); - Atractiva (respecto de la calidad y el valor de los productos o servicios ofrecidos); verosímil (respecto de la fiabilidad); y Adecuadamente transmitida (respecto de cómo se formula el mensaje y a quién está dirigido).</p> <p>Cómo crear marcas colectivas exitosas, Gestión estratégica de una marca, Valor, credibilidad y singularidad de las marcas. 1. Definición de valores diferenciales de la marca, Definición arquitectura de la marca, nombre, imagen e identidad (articulado con actividades relacionadas desde el concepto publicitario). Definición del esquema asociativo pertinente como titular de la marca.</p> <p>4. Administración de la Marca, 5. Plan de Branding – estrategias y plan de acción.</p> <p>Intensidad Horaria: 400 horas.</p> <p>Consultor contratado según los TDR.</p> <p>asesoría: Se ha calculado el valor hora de asesoría en \$80.000. teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de consultoría especializada, y que aplican entidades especialmente la Cámara de Comercio. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p> <p>Especificaciones técnicas: VER TDR</p> <p>Responsable de la ejecución:</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría:</p>
A11	A11. Consultoría especializada para el registro de una marca colectiva de la oferta de las empresas beneficiarias.	<p>Contenidos temáticos: Ésta consultoría busca orientar de manera estratégica el registro de las dos marcas colectivas que se prevén gestionar en el marco del Proyecto, a efectos de proteger la oferta diferenciada de las empresas beneficiarias en las líneas la de productos en guadua, y la de productos en fibras naturales. Se busca en esa medida agregarle valor a la oferta de lo "hecho a mano" y así mismo mayor competitividad en los mercados, toda vez que actualmente no hay ninguna marca colectiva registrada en el Quindío. Comprende los siguientes temas: 1. Sensibilización y capacitación para la obtención de marca colectiva de cafés especiales, alineado con los procesos asociativos gestados en el marco de la cadena productiva. 2. Trámite de registro de una marca colectiva para la oferta de cafés especiales del grupo de beneficiarios, organizados mediante esquema asociativo, de acuerdo a los TDR.</p> <p>Especificaciones técnicas: Asesorías grupales, reuniones de concenso y definición de marca. Gestión del trámite de registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Profesional formado en derecho o carreras administrativas, con conocimiento y experiencia de por lo menos 5 años en el proceso, trámite y /o elaboración de estudios previos para solicitar la denominación de origen de un determinado producto. Y experiencia en proceso y trámite de registro de una marca colectiva. VER TDR.</p> <p>Intensidad Horaria: 350 horas (se descuenta tiempo de transporte intermunicipal, agendamiento de citas de asesoría, informes de seguimiento de la actividad)</p> <p>Responsable de la ejecución: Consultoría contratada.</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor hora/ Consultoría en \$80.000, teniendo como base el valor comercial de éste tipo de consultoría que manejan abogados que prestan estos servicios principalmente en Bogotá, toda vez que en el Quindío no se identifican profesionales con esta experticia específica. El valor incluye gastos de transporte, logística materiales de asesoría. El valor de la tarifa de Registro de Marca, que establece la Superintendencia para el 2012 corresponde a \$880.000, y de antecedentes marcarios a \$50.000, para un total de \$850.000 por cada marca colectiva.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>
A12	Consultoría para la implementación de la norma técnica de calidad NTC 6001 en 5 empresas beneficiarias	<p>Contenidos temáticos: Ésta consultoría tiene como fin lograr la certificación de 5 beneficiarios del Proyecto, lo cual permitirá mejorar y darle sostenibilidad los procesos administrativos y comerciales de sus negocios. Incidirá igualmente en la calidad de su oferta, y en el desarrollo de una actividad productiva más eficiente. Así mismo, la certificación de éstas 5 empresas constituirá un punto de partida para que más empresas del sector empiecen a buscar el aseguramiento de la calidad en sus negocios. Comprende las siguientes fases: FASE I: SENSIBILIZACIÓN, FASE II: CAPACITACIÓN, FASE III: IMPLEMENTACIÓN. VER TDR.</p> <p>Intensidad Horaria: Capacitación 10 horas, sensibilización 80 horas, implementación 450 horas. (se descuenta tiempo de transporte intermunicipal, agendamiento de citas de asesoría, informes de seguimiento de la actividad)</p> <p>Responsable de la ejecución: Consultores contratados para la actividad.</p> <p>Cálculo de los costos de la asesoría: Se ha calculado el valor hora de consultoría en \$80.000, teniendo como base los precios que en el mercado del Quindío se manejan para éste tipo de asesoría. Contrato de suma alzada que comprende gastos de movilización intermunicipal.</p> <p>Seguimiento y evaluación: Informes mensuales de avance de la asesoría. Retroalimentación con el equipo asesor. Retroalimentación con los beneficiarios. Informe final de la actividad.</p>

Nota: inserte o elimine filas según sea necesario.

8. Presupuesto

El presupuesto del proyecto deberá programarse sobre la base de costos reales demostrables, y ser coherente con el alcance y complejidad técnica de las actividades a realizar; con el plazo en que éstas se lleven a cabo y con la capacidad financiera del Proponente, deben detallar los diferentes rubros aplicados al proyecto y de acuerdo con lo señalado en los numerales 7, 8 y 9 "Rubros cofinanciables, No Cofinanciable y Contrapartida de los Términos de Referencia).

RUBROS	APORTE FONDO	CONTRAPARTIDA	TOTAL
R01	\$267.000.000,0	\$ 115.460.000,0	\$382.460.000,0
R02	\$ 33.000.000	\$ 21.200.000	\$54.200.000,0
R03	\$29.000.000,0	\$0,0	\$29.000.000,0
R04			
R05			
R06			\$0,0
R07			
R08	\$15.000.000,0	\$ 15.800.000	\$30.800.000,0
CONTRAPARTIDA		35.700.000	\$35.700.000,0
Total	\$ 344.000.000	\$ 188.160.000	\$532.160.000,0
	64,64%	35,36%	100%

DISCRIMINACIÓN DEL PRESUPUESTO									FUENTE DE FINANCIACIÓN		
RESULTADOS	Nombre Actividad	CÓDIGO DEL RUBRO (Según Numeral 7 y 9 de los Términos de Referencia)	NOMBRE DEL RECURSO Corresponde a el personal, los materiales y demás conceptos de gasto relacionados directamente con el desarrollo de una actividad. Ejemplo: Honorarios experto, servicios de laboratorio, pruebas de calidad, pago de certificaciones, etc.	UNIDAD DE MEDIDA DEL RECURSO	CANTIDAD REQUERIDA DEL RECURSO PARA EJECUTAR LA ACTIVIDAD	VALOR UNITARIO SEGÚN LA UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL NECESARIO PARA EJECUTAR LA ACTIVIDAD	VALOR TOTAL DEL RESULTADO	VALOR DE LOS RECURSOS DE COFINANCIACIÓN SOLICITADOS AL FONDO	VALOR DE CONTRAPARTIDA APORTADA PROPONENTE	CAMARA DE COMERCIO
RESULTADO 1	A01. Consultoría técnica para la implementación de herramientas de mejora competitiva, con enfoque en innovación y mejora de procesos de mercadeo	R01	Honorarios consultoría especializada (45 horas por empresa * 15 empresas)	Horas	672	\$ 80.000	53.760.000	177.460.000,0	\$ 30.000.000		\$ 23.760.000
	A02. Consultoría técnica para la implementación de esquemas de distribución colectiva, vinculados en lo local a las rutas temáticas del clúster turístico y a las estrategias de Paisaje Cultural Cafetero - PCC	R01	Honorarios consultoría especializada	Pack	1	\$ 30.900.000	30.900.000		\$ 18.000.000		\$ 12.900.000
	A03. ConsultoríaTécnica para la implementación de un sistema costeo y definición de precios de venta, de acuerdo con el enfoque de mercado.	R01	Honorarios consultoría especializada (18 horas por empresa * 15 empresas)	Horas	280	\$ 80.000	22.400.000		\$ 20.000.000		\$ 2.400.000
	A04. Asistencia técnica para el diseño de la marca colectiva, los manuales de uso y de imagen corporativa, y etiqueta y material relacionado, para las empresas que elaboran productos en Guadua	R08	Honorarios Asesor técnico	Meses	14	\$ 2.200.000	30.800.000		\$ 15.000.000		\$ 15.800.000
	A05. Asistencia técnica para el fortalecimiento de la cadena productiva de guadua y de los procesos asociativos de los que hacen parte las empresas beneficiarias	R01	Honorarios asesor cadena productiva	Meses	8	\$ 2.200.000	17.600.000		\$ 17.600.000		
			Honorarios asesor asociatividad	Meses	10	\$ 2.200.000	22.000.000			\$ 22.000.000	

DISCRIMINACIÓN DEL PRESUPUESTO									FUENTE DE FINANCIACIÓN		
RESULTADOS	Nombre Actividad	CÓDIGO DEL RUBRO (Según Numeral 7 y 9 de los Términos de Referencia)	NOMBRE DEL RECURSO Corresponde a el personal, los materiales y demás conceptos de gasto relacionados directamente con el desarrollo de una actividad. Ejemplo: Honorarios experto, servicios de laboratorio, pruebas de calidad, pago de certificaciones, etc.	UNIDAD DE MEDIDA DEL RECURSO	CANTIDAD REQUERIDA DEL RECURSO PARA EJECUTAR LA ACTIVIDAD	VALOR UNITARIO SEGÚN LA UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL NECESARIO PARA EJECUTAR LA ACTIVIDAD	VALOR TOTAL DEL RESULTADO	VALOR DE LOS RECURSOS DE COFINANCIACIÓN SOLICITADOS AL FONDO	VALOR DE CONTRAPARTIDA APORTADA PROPONENTE	CAMARA DE COMERCIO
RESULTADO 2	A06. Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de Decoración y Hogar, a partir del enfoque de mercado del beneficiario	R01	Honorarios asistencia técnica guadua	Meses	8	\$ 2.200.000	17.600.000	124.200.000,0	\$ 17.600.000		
			Honorarios asistencia técnica fibras naturales	Meses	6	\$ 2.200.000	13.200.000		\$ 5.800.000	\$ 7.400.000	
	A07. Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de corporativos y souvenirs	R01	Honorarios asistencia técnica corporativos	Meses	10	\$ 2.200.000	22.000.000		\$ 22.000.000		
			Honorarios asistencia técnica souvenirs	Meses	12	\$ 2.200.000	26.400.000		\$ 26.400.000		
A08. Consultoría técnica en el diseño de un producto distintivo y diferenciador dentro de la oferta de la cadena productiva de la guadua en el Quindío	R01	Honorarios consultoría especializada	Pack	1	\$ 45.000.000	45.000.000	\$ 35.000.000		\$ 10.000.000		
RESULTADO 3	A09. Consultoría técnica para la implementación de manual de buenas prácticas, aspectos normativos, de calidad y sostenibilidad ambiental de la materia prima principal.	R01	Honorarios Consultoría técnica	Horas	540	\$ 80.000	43.200.000	158.400.000,0	\$ 28.200.000		\$ 15.000.000
	A10. Consultoría para la implementación del manual de uso, protocolos y demás lineamientos que vinculan el uso de una marca colectiva.	R01	Honorarios consultoría especializada guadua	Horas	400	\$ 80.000	32.000.000		\$ 32.000.000		
	A11. Consultoría especializada para el registro de una marca colectiva de la oferta de las empresas beneficiarias.	R03	Honorarios consultor especializado registro de marca colectiva	Horas	350	\$ 80.000	28.000.000		\$ 28.000.000		
		R03	Tarifa registro marca (incluido antecedentes marcarios y su gestión)	numero	1	\$ 1.000.000	1.000.000		\$ 1.000.000		
	A12. Consultoria para la implementación de la norma técnica de calidad NTC 6001 en 5 empresas beneficiarias	R02	Honorarios sensibilización al grupo de empresas	horas	10	\$ 80.000	800.000		\$ 800.000		
		R02	Honorarios capacitación al personal por empresa (16 horas x empresa)	horas	80	\$ 80.000	6.400.000		\$ 6.400.000		
		R02	Honorarios implementación (90 horas por empresa)	horas	450	\$ 80.000	36.000.000		\$ 25.000.000	\$ 11.000.000	
		R02	Honorarios auditoría (5 empresas)	horas	5	\$ 2.200.000	11.000.000		\$ 8.000.000	\$ 3.000.000	
Director del Proyecto	R01	Honorarios Director del Proyecto	Meses	14	\$ 2.600.000	36.400.000	36.400.000,0	\$ 36.400.000			

DISCRIMINACIÓN DEL PRESUPUESTO									FUENTE DE FINANCIACIÓN		
RESULTADOS	Nombre Actividad	CÓDIGO DEL RUBRO (Según Numeral 7 y 9 de los Términos de Referencia)	NOMBRE DEL RECURSO Corresponde a el personal, los materiales y demás conceptos de gasto relacionados directamente con el desarrollo de una actividad. Ejemplo: Honorarios experto, servicios de laboratorio, pruebas de calidad, pago de certificaciones, etc.	UNIDAD DE MEDIDA DEL RECURSO	CANTIDAD REQUERIDA DEL RECURSO PARA EJECUTAR LA ACTIVIDAD	VALOR UNITARIO SEGÚN LA UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL NECESARIO PARA EJECUTAR LA ACTIVIDAD	VALOR TOTAL DEL RESULTADO	VALOR DE LOS RECURSOS DE COFINANCIACIÓN SOLICITADOS AL FONDO	VALOR DE CONTRAPARTIDA APORTADA PROPONENTE	CAMARA DE COMERCIO
Otros costos e impuestos	Gastos de legalización contrato cofinanciación	EF01	Gastos de legalización contrato.	Pack	1	\$ 4.500.000	4.500.000	35.700.000		\$ 2.000.000	\$ 2.500.000
	Impuesto al Valor Agregado IVA	EF02	RETEIVA	Pack	1	\$ 25.000.000	25.000.000			\$ 11.000.000	\$ 14.000.000
	Impuesto Transacciones financieras	EF03	Gravamen a los movimientos financieros (impuesto 4x1000).	Pack	1	\$ 2.000.000	2.000.000			\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Otros gastos de impuestos derivados del manejo de los recursos	EF04	Otros gastos de impuestos derivados del manejo de los recursos	Pack	1	\$ 1.200.000	1.200.000			\$ 600.000	\$ 600.000
	Otros gastos financieros derivados del manejo de los recursos	EF05	Otros (Chequeras, costo de transferencias y otros gastos financieros derivados del manejo de los recursos del Fondo)	Pack	1	\$ 3.000.000	3.000.000			\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
			TOTAL				532.160.000		344.000.000	45.500.000	142.660.000

0,6464

8.1. Observaciones

Solo se aceptaran en el presupuesto el Recurso Humano adicional a los ya existentes en la Entidad proponente, y que sean contratados con motivo del desarrollo del proyecto, mediante prestación de servicios.

9. Cronograma de Actividades

RESULTADO	Código ACTIVIDAD	ACTIVIDADES	INICIO (MES "1")	FIN (MES "14")	MESES													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
RESULTADO No 1	A01	Consultoría técnica para la implementación de herramientas de mejora competitiva, con enfoque en innovación y mejora de procesos de mercadeo	MES 1	MES 10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
	A02	Consultoría técnica para la implementación de esquemas de distribución colectiva, vinculados en lo local a las rutas temáticas del clúster turístico y a las estrategias de Paisaje Cultural Cafetero - PCC	MES 4	MES 12				X	X	X	X	X	X	X	X	X		
	A03	Consultoría técnica para la implementación de un sistema costeo y definición de precios de venta, de acuerdo con el enfoque de mercado.	MES 2	MES 14		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
	A04	Asistencia técnica para el diseño de la marca colectiva, los manuales de uso y de imagen corporativa, y etiqueta y material relacionado, para las empresas que elaboran productos en Guadua	MES 2	MES 14	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	A05	Asistencia técnica para el fortalecimiento de la cadena productiva de guadua y de los procesos asociativos de los que hacen parte las empresas beneficiarias	MES 2	MES 11		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
RESULTADO No. 2	A06	Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de Decoración y Hogar, a partir del enfoque de mercado del beneficiario	MES 3	MES 10			X	X	X	X	X	X	X	X				
	A07	Asistencia técnica en mejora e innovación de propuestas de producto en la línea de corporativos y souvenirs	MES 3	MES 14			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	A08	Consultoría técnica en el diseño de un producto distintivo y diferenciador dentro de la oferta de la cadena productiva de la guadua en el Quindío	MES 4	MES 11				X	X	X	X	X	X	X				
RESULTADO No. 3	A09	Consultoría técnica para la implementación de manual de buenas prácticas, aspectos normativos, de calidad y sostenibilidad ambiental de la materia prima principal.	MES 3	MES 14			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	A10	Consultoría para la implementación del manual de uso, protocolos y demás lineamientos que vinculan el uso de una marca colectiva.	MES 1	MES 10			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	A11	Consultoría especializada para el registro de una marca colectiva de la oferta de las empresas beneficiarias.	MES 3	MES 12			X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	A012	Consultoría para la implementación de la norma técnica de calidad NTC 6001 en 5 empresas beneficiarias	MES 3	MES 14			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

(Agregue o elimine filas en función del número de resultados del proyecto y sus actividades correspondientes).

10. Descripción Equipo Ejecutor

Corresponde a las personas que estarán vinculadas todo el tiempo de ejecución del proyecto o la mayor parte del mismo. Se debe incluir el Director del Proyecto o Coordinador Técnico. Se debe anexar la hoja de vida de todo el Equipo Ejecutor propuesto, con sus respectivas certificaciones de formación académica y experiencia laboral.

Cargo en el proyecto	Código actividades en las que participará	Formación Académica (pregrado, postgrado)	Experiencia profesional requerida	Años de experiencia laboral	Años de experiencia relacionada con las actividades que desarrollará	Tiempo que estará vinculado al proyecto (meses)	Tiempo dedicado al proyecto (horas /semana)	Honorarios mensuales	Valor total percibido en el proyecto	Fuente de Financiación	
										FONDO	Contrapartida
Director del Proyecto - Carlos Alberto Valencia	A01-A14	Administrador de empresas, Economista, Diseñador Industrial, con experiencia en el sector	4 años	6 años	4 años	14	40	\$2,600,000	\$36,400,000	\$ 36,400,000	
Asesor cadena productiva guadua - Carlos Darío López	A05	Administrador de empresas, economista, ingeniero agroindustrial, áreas afines,	4 años	5 años	3 años	8	40	\$2,200,000	\$17,600,000	\$ 17,600,000	
Asesor cadena productiva guadua - natalia alejandra villegas	A05	Administrador de empresas, economista, ingeniero agroindustrial, áreas afines,	4 años	5 años	3 años	10	40	\$2,200,000	\$22,000,000		\$ 22,000,000
Asesor en diseño - Jairo Rodríguez	A06	Diseñador Industrial o áreas afines	3 años	5 años	3 años	8	40	\$2,200,000	\$17,600,000	\$ 17,600,000	
Asesor en diseño - Catalina Loaiza	A06	Diseñador Industrial o áreas afines	3 años	5 años	3 años	6	40	\$2,200,000	\$13,200,000	\$ 5,800,000	\$ 7,400,000
Asesor en diseño - Alejandro Duque	A07	Diseñador Industrial o áreas afines	3 años	5 años	3 años	10	40	\$2,200,000	\$22,000,000		\$ 22,000,000
Asesor en diseño - David Correal	A07	Diseñador Industrial o áreas afines	3 años	5 años	3 años	12	40	\$2,200,000	\$26,400,000	\$ 26,400,000	
Asesor en publicidad - Carlos Andrés García	A04	Publicista	3 años	5 años	3 años	14	40	\$2,200,000	30,800,000	\$ 15,000,000	\$ 15,800,000

10.1 Consultores (personas naturales o jurídicas)

Corresponde a personas naturales y jurídicas encargadas de actividades PUNTUALES en un corto tiempo. En este caso se debe anexar los Términos de Referencia para la contratación de dicha consultoría, según se define en el numeral 7 de los TDR de la convocatoria.

Código actividad	Descripción de la consultoría	Tipo de consultor: Persona Natural o Persona Jurídica	Perfil del consultor	Valor total percibido en el proyecto	Recursos FONDO INNPULSA	Recursos de Contrapartida
------------------	-------------------------------	--	----------------------	--------------------------------------	-------------------------	---------------------------

A01	Consultoría técnica para la implementación de herramientas de mejora empresarial, con enfoque en innovación y mejora de procesos de mercadeo	Persona natural o jurídica	Profesional o empresa consultora, con experiencia profesional en asesoría empresarial en procesos de innovación, mercadeo y comercialización de por lo menos 4 años. Preferiblemente con experiencia en el ámbito de la cadena productiva de la guadua, las fibras naturales y los productos hechos a mano.	53,760,000	30,000,000	23,760,000
A02	Consultoría técnica en comercialización, para el establecimiento de esquemas de distribución colectivos, vinculados en lo local a las rutas temáticas del clúster turístico y a las estrategias de Paisaje Cultural Cafetero - PCC	Persona natural o jurídica	Profesional o empresa consultora, con experiencia profesional de por lo menos 4 años en administración de negocios, administración de empresas, economía, y áreas profesionales relacionadas. Con preferencia con experiencia en el sector turístico y los productos hechos a mano.	30,900,000	18,000,000	12,900,000
A03	Consultoría Técnica para la implementación de un sistema costeo y definición de precios de venta, de acuerdo con el enfoque de mercado.	Persona natural o jurídica	Profesional, empresa consultora, con formación en administración de empresas, contaduría pública, economía, administración de negocios, finanzas o áreas relacionadas, con experiencia acreditada de por lo menos de 4 años en la asesoría en sistemas de costeo, definición de precios y finanzas.	22,400,000	20,000,000	2,400,000
A08	Consultoría técnica en el diseño de un producto distintivo y diferenciador dentro de la oferta de la cadena productiva de la guadua en el Quindío	Persona natural o jurídica	Profesional, empresa consultora, con formación profesional, con experiencia específica de por lo menos de 5 años en el ámbito del diseño de piezas decorativas, utilitarias, contemporáneas o con contenido étnico, en materias primas diversas, pero especialmente en la materia prima guadua. Presentar 3 propuestas de diseños de productos étnicos o contemporáneos que hayan sido exitosos en el mercado. Acreditar para ello los soportes del caso.	45,000,000	35,000,000	10,000,000
A09	Consultoría técnica para la implementación de manual de buenas prácticas, aspectos normativos, de calidad y sostenibilidad ambiental de la materia prima principal.	Persona natural o jurídica	Profesional, o empresa consultora, con experiencia profesional de por lo menos 4 años en implementación en manuales de buenas prácticas, de aspectos normativos y de sostenibilidad ambiental en el área forestal y de transformación de materias primas diversas, pero especialmente en la materia prima guadua.	43,200,000	28,200,000	15,000,000
A010	Consultoría para la implementación del manual de marca, protocolos y demás lineamientos que vinculan el uso de una marca colectiva.	Persona natural o jurídica	Profesional, empresa o consultor con formación en administración de empresas, economía, derecho, ingeniería agroindustrial o áreas afines, con experiencia de por lo menos 4 años en la implementación de protocolos, manuales y demás herramientas que comprenden su apropiación e implementación por parte de un colectivo de beneficiarios, especialmente para el uso de un signo distintivo colectivo.	32,000,000	32,000,000	-
A11	Consultoría especializada para el registro de una marca colectiva de la oferta fibras naturales de las empresas beneficiarias.	Persona natural o jurídica	Profesional, empresa o consultor, con formación en Derecho o carreras administrativas de gestión similar, con conocimiento y experiencia de por lo menos 4 años en el proceso, y trámite de una marca colectiva ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Y experiencia en proceso y trámite de registro de una marca colectiva.	28,000,000	28000000	21,200,000
A12	Consultoría para la implementación de la norma técnica de calidad NTC 6001 en 5 empresas beneficiarias	Persona natural o jurídica	Profesional en administración de empresas, economía y otras áreas de formación profesional, que demuestre experiencia mínima de 3 años en procesos relacionados con la implementación de Normas Técnicas de calidad o de sostenibilidad. Presentación de mínimo dos (2) certificaciones de contratos y trabajos ejecutados	54,200,000	33,000,000	21,200,000

11. Indicadores Ex - Post

El proponente deberá reportar a EL FONDO, durante los siguientes 2 años fiscales a la terminación del proyecto, los indicadores de seguimiento en términos de ventas anuales, activos y empleos para lo cual deberá suministrar cada año el Balance General y Estados de Resultados firmados por el representante legal y contador o revisor fiscal, las planillas integrales de aportes al sistema general de seguridad social y parafiscales, así como la información sobre el número de empleos calificados y no calificados.

EMPRESA	INFORMACIÓN REQUERIDA	Año 0	Año 1	Año 2
		(Se diligencia y corresponde a la Línea Base)	(Se diligencia, posterior a la ejecución)	(Se diligencia, posterior a la ejecución)
GUADINA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	36,418,200		
	Balance General			
	Activos	35,938,000		
	Pasivos	1,800,000		
	Patrimonio	34,138,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
Calificado	3			
No calificado	-			
MOLINARI	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	49,100,000		
	Balance General			
	Activos	92,941,000		
	Pasivos	17,147,000		
	Patrimonio	75,794,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
Calificado	1			
No calificado	1			
CAULINARTE	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	8,562,000		
	Balance General			
	Activos	5,400,000		
	Pasivos	-		
	Patrimonio	5,400,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
Calificado	2			
No calificado	-			
GUADUARTE	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	26,662,000		
	Balance General			
	Activos	25,862,000		
	Pasivos	1,000,000		
	Patrimonio	24,862,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
Calificado	3			
No calificado	-			
ESTILOGUADUA SAS	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	41,338,068		
	Balance General			
	Activos	11,189,226		
	Pasivos	28,673,450		
	Patrimonio	17,484,224		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
Calificado	3			
No calificado	0			
VIKARGUA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	36,452,000		
	Balance General			
	Activos	78,045,000		
	Pasivos	5,890,000		
	Patrimonio	78,045,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
Calificado	2			
No calificado	1			
ACERO VEGETAL	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	545,486,500		
	Balance General			
	Activos	360,579,978		
	Pasivos	149,262,343		
	Patrimonio	360,579,978		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
Calificado	2			
No calificado	1			
ARTESANIAS MARQUEZ	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	12,425,000		
	Balance General			
	Activos	64,784,000		
	Pasivos	-		
	Patrimonio	64,784,000		

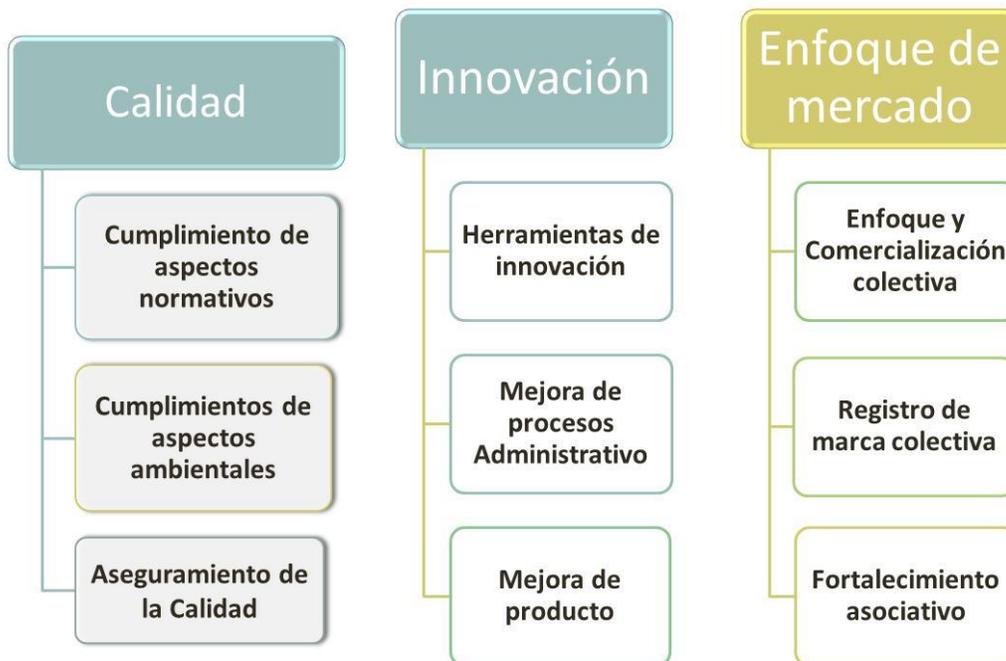
EMPRESA	INFORMACIÓN REQUERIDA	Año 0	Año 1	Año 2
		(Se diligencia y corresponde a la Línea Base)	(Se diligencia, posterior a la ejecución)	(Se diligencia, posterior a la ejecución)
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
	Calificado	1		
	No calificado	1		
ARTESANÍAS HECHAS A MANO	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	8,100,000		
	Balance General			
	Activos	16,363,000		
	Pasivos			
EMPRESA	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
	Calificado	1		
	No calificado	1		
EMPRESA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	33,884,760		
	Balance General			
	Activos	9,957,500		
	Pasivos	1,200,000		
EMPRESA	Patrimonio	16,363,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
	Calificado	1		
	No calificado	1		
EMPRESA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	12,359,000		
	Balance General			
	Activos	4,414,000		
	Pasivos	800,000		
EMPRESA	Patrimonio	3,614,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
	Calificado	2		
	No calificado	1		
EMPRESA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	2,056,000		
	Balance General			
	Activos	8,015,000		
	Pasivos	300,000		
EMPRESA	Patrimonio	7,715,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
	Calificado	3		
	No calificado	0		
EMPRESA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	9,483,000		
	Balance General			
	Activos	3,756,000		
	Pasivos	900,000		
EMPRESA	Patrimonio	2,956,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
	Calificado	2		
	No calificado	0		
EMPRESA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	10,800,000		
	Balance General			
	Activos	15,600,000		
	Pasivos	900,000		
EMPRESA	Patrimonio	14,700,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	2		
	Calificado	2		
	No calificado	0		
EMPRESA	Estados de Resultados			
	Ventas anuales	35,798,000		
	Balance General			
	Activos	74,814,000		
	Pasivos	5,076,000		
EMPRESA	Patrimonio	69,738,000		
	Planillas Integrales de aportes a salud, pensión y parafiscales	NA		
	Empleos Formales - Prestación serv	3		
	Calificado	3		
	No calificado	0		

“COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PERTENECIENTES A LOS SECTORES DE GUADUA, CESTERÍA Y FIBRAS NATURALES DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO, CON ÉNFASIS EN CALIDAD, INNOVACIÓN Y ENFOQUE DE MERCADO”

ANEXO I

5.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Componentes Estratégicos



Se trata de implementar una estrategia de desarrollo competitivo de 15 empresas pertenecientes al sector de la guadua y las fibras naturales en el Quindío, que derive en su fortalecimiento comercial e incremento en ventas en el mercado local y nacional, mediante los componentes de calidad, innovación y enfoque de mercado.

El proyecto busca que estas empresas, las cuales elaboran productos “hechos a mano” en los oficios de guadua y trabajos en fibras naturales, cestería y calceta de plátano, mejoren

sus condiciones de aprovechamiento de las oportunidades del mercado, tanto local como nacional. En el mercado local mediante una mayor articulación y establecimiento de relaciones de complementariedad con el sector turístico, y en el mercado nacional a través del aprovechamiento canales de comercialización en tiendas de decoración y hogar y distribuidores especializados en productos hechos a mano, de acuerdo al enfoque de mercado de cada una.

Se enfatiza en las oportunidades comerciales que reporta el mercado local y regional en el marco de la dinámica turística, fortalecida por la reciente declaratoria de la UNESCO de Paisaje Cultural Cafetero – PCC, de la cual hacen parte los municipios del Quindío, para lo cual es clave mejorar las condiciones de la oferta, en términos de diseño, aspectos empresariales y herramientas de comercialización.

Un tema que es clave para el fortalecimiento de estas empresas corresponde a la innovación y al aseguramiento de la Calidad. En innovación, porque es clave sintonizarse con las condiciones de la demanda, que continuamente exige mejoras y nuevas propuestas de producto. Y en calidad, porque se trata de materias primas con una alta exposición a factores ambientales, que influyen de manera decisiva en la consistencia del producto final, lo cual afecta directamente la sostenibilidad de la oferta de productos en guadua en los mercados objetivos, así como su ciclo de vida. De igual modo, el componente de calidad no sólo tiene alcance a los procesos de transformación, sino también a los procesos administrativos que adelantan cada una de las empresas beneficiarias objeto de la Certificación en la norma técnica NTC 6001.

En esa misma línea, el proyecto también se enfoca a dos componentes estratégicos, la implementación de herramientas de sostenibilidad de la calidad, la implementación de herramientas de costeo y definición de precios competitivos y el registro de una marca colectiva.

Estas empresas constituyen una importante fuente de generación de puestos de trabajo, especialmente indirectos por la demanda de las materias primas principales que se utilizan en la elaboración de los distintos productos, como lo son la guadua, la calceta de plátano y el bejuco; asimismo se enmarcan dentro de la vocación productiva del departamento del Quindío, contando a este punto con una oferta de productos diferenciada que hacen parte de la biodiversidad de la zona, y que cuentan medianamente con aspectos de calidad, diseño y capacidad de producción, con oportunidades de mercado identificadas. Por tanto, se pretende desarrollar una estrategia de aprovechamiento de estas oportunidades, que permita consolidar a las empresas de éste sector como actores clave en su complementariedad con el sector turístico y manufacturero de la región, y del país.

Aprovechando las herramientas y oportunidades de mercadeo que puede gestionar el proponente, como entidad que representa el sector artesanal del País, con la entidad aliada en el departamento del Quindío, la Cámara de Comercio de Armenia, la cual participó en la identificación y formulación del Proyecto y aportará recursos de contrapartida para su ejecución.

Contexto de la Propuesta

Guadua

La materia prima guadua (*Guadua angustifolia* Kunth) es una de las especies de bambú nativo de mayor importancia, demanda y mejor aceptación, dada su fácil capacidad de propagación, rápido crecimiento, utilidad y tradición para trabajar sus productos y el enorme potencial para la construcción, fabricación de muebles, artesanías, papel, pisos, modulares, combustible y sus propiedades favorables para el medio ambiente.

La guadua se encuentra distribuida a lo largo de la cordillera central y zona céntrica del país. Aproximadamente existen 56.000 hectáreas de guaduales, en su gran mayoría en

forma de bosques naturales, de las cuales cerca de 32.000 ha corresponden a los departamentos de la zona del Eje Cafetero (Quindío y Risaralda y Caldas), Valle del Cauca y Tolima, de acuerdo con datos suministrador por el Ministerio de Agricultura.

La crisis del café en la década de los noventa y su impacto en la reducción de ingresos y de empleo para las familias, generó que la guadua empezara a visualizarse como unas de las alternativas de diversificación agrícola, para la generación de ingresos con el fin de aliviar condiciones de pobreza. A nivel nacional el uso de la guadua como material constructivo de vivienda constituye una de las principales fortalezas de desarrollo del sector. Se resalta el hecho que en el Eje Cafetero, numerosas viviendas rurales utilizan la guadua como material de construcción. Asimismo, el desarrollo de un sinnúmero de proyectos constructivos a nivel nacional e internacional, han contado con la participación y asesoría de importantes ingenieros y arquitectos colombianos.

No obstante, y para el caso del enfoque del Proyecto, en el Departamento del Quindío el aprovechamiento de la guadua es realizado principalmente por un colectivo pequeñas empresas que llevan a cabo proyectos de construcción no convencionales, comercialización de guadua rolliza, fabricación en menor escala de laminas de guadua para utilizar en el área de la construcción, fabricación de muebles y artefactos decorativos, así como en la elaboración de artesanías.

El Quindío es uno de los departamentos reconocidos a nivel nacional por el aprovechamiento de la materia prima guadua. Y en el campo artesanal, su principal referente son precisamente los productos elaborados a partir de ésta materia prima. Más de 60 unidades productivas se dedican a su explotación, transformación y comercialización, conformando una de las Cadenas Productivas más relevantes en la estructura económica del departamento y en una de sus apuestas productivas como región.

En el municipio de Córdoba Quindío se localiza el Centro del Estudio de la Guadua y el Bambú, única entidad en el país que tiene como objeto principal el estudio y preservación de una materia prima que se caracteriza por sus múltiples bondades, tanto a nivel productivo como ambiental.

Las fibras naturales y la Cestería

Constituyen la segunda materia prima, después de la guadua, más importante de la oferta de productos artesanales del Quindío.

La calceta de plátano, conocida también como “guasca de plátano”, es un subproducto del Plátano, resultante del proceso de su aprovechamiento, la cual se encuentra de manera abundante toda vez que el Quindío es uno de los principales productores de plátano del país. Se trata de una materia prima que se presta para elaborar toda clase de productos en distintas técnicas, y que puede ser combinada fácilmente con otros materiales.

Los productos que mayormente se elaboran en calceta de plátano son: Canastas, Jarrones, empaques, entre otros. Así mismo, se utiliza como “chapilla” de otros artefactos, y en su proceso de optimización se pueden extraer hilos que pueden llegar a ser utilizados para la industria textil.

El bejuco es la materia prima por excelencia de uno de los oficios que fue insigne en su momento del Quindío, la Cestería. Más de 30 unidades productivas se concentran en el municipio de Filandia, tanto para la extracción del bejuco, como para su transformación en piezas decorativas y utilitarias.

Los municipios del Quindío que concentran mayormente la producción de estas materias primas, así como su valor agregado son: Filandia, Circasia, Montenegro - Pueblo Tapao, Quimbaya y Armenia.

Las principales debilidades que se identifican en el colectivo de empresas que hacen parte de la Cadena productiva de la Guadua, y de la oferta de productos en Fibras Naturales son: La baja implementación de los aspectos normativos, ambientales y de control de la calidad de la materia prima que permiten darle sostenibilidad comercial a la oferta de productos en cada uno de sus mercados objetivo. El enfoque de mercado limitado, sumado a una estrategia de negocio que a lo largo de los últimos años se ha ido quedando débil en innovación y desarrollo de nuevas propuestas de producto. La debilidad en los procesos de asociatividad y desarrollo de una estrategia de mercadeo y comercialización consistente. Y la estructura organizativa de las empresas que adolecen de esquemas de administrativos que le impriman una mejor dinámica y sostenibilidad a cada uno de los componentes anteriores. Todo lo anterior con su respectiva incidencia en el desarrollo de la cadena tal.

5.2 Oportunidad

Los sectores de Guadua y Fibras Naturales son un renglón productivo vinculado al clúster turístico y a la industria manufacturera del Quindío, por tanto agrega valor a materias primas y subproductos de la industria maderable y agrícola de la región.

Representa para el Departamento del Quindío una fuente importante de ingresos y de generación de puestos de trabajo, promisorio por el aporte socioeconómico que hace a las localidades más destacadas en la práctica fabricación de productos “Hechos a Mano” como turística, tales como Filandia, Córdoba, Quimbaya, Salento, Calarcá, y Armenia especialmente. Por tanto, mediante las actividades estratégicas previstas por el Proyecto se busca incrementar los ingresos de las empresas beneficiarias, mejorar las condiciones de su oferta en términos del mercado objetivo y mejorar su capacidad de negociación y posicionamiento, dadas las oportunidades del mercado local y nacional, particularmente por todo lo que movilizada el mercado de turista, el cual corresponde especialmente a

visitantes propios y extranjeros que llegan a la región durante las tres temporadas turísticas que se dan durante el año; a tiendas de artesanías y comercializadores localizados en las principales ciudades del país como Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena y Manizales, y a los espacios comerciales que se les abre a las empresas a través de las ferias EXPOARTESANÍAS, y EXPOHOGAR que se realizan anualmente en Corferias Bogotá.

Igualmente se identifican oportunidades comerciales en el mercado de exportación, las cuales se pueden ir allanando a partir de los procesos de mejora que proponen el proyecto, y que incluso algunas de estas empresas ya ha explorado en anteriores oportunidades, y que pueden ser potencializadas a partir de las acciones que adelantan tanto el proponente como su aliado la Cámara de Comercio de Armenia.

5.3 Propósito / Objetivo general

Mejoramiento competitivo de las empresas pertenecientes a los sectores de guadua y fibras naturales en el Quindío, en los oficios de trabajos en guadua, cestería y calceta de plátano, mediante el incremento de sus capacidades en los componentes de calidad, innovación, sostenibilidad ambiental y desarrollo asociativo.

5.6 Estrategia de Comercialización

La principal apuesta del Proyecto y del grupo de empresas beneficiarias lo constituye el lograr preparar un portafolio de productos desde el enfoque de mercado de las empresas beneficiarias y la articulación y establecimiento de relaciones de complementariedad con el clúster de Turístico del Quindío. Para ello se busca mejorar y adaptar la oferta a un mercado cada vez más exigente, así como integrar herramientas de control de la calidad y de diferenciación de producto, tales como registro de una Marca Colectiva, fortalecimiento de las estructuras de los negocios mediante herramientas y prácticas de innovación, mercadeo y aprovechamiento de oportunidades comerciales, asesoramiento

en diseño enfatizando el mercado de cada negocio beneficiario y sustentado en la calidad y competitividad de la oferta de productos elaborados en guadua y fibras naturales, aprovechadas en los oficios de Cestería y relacionados.

Para lo que respecta al mercado local, su principal estrategia está dirigida a los canales de distribución que constituyen un punto de encuentro con el Turista que llega al departamento, de acuerdo a las distintas temporadas que se presentan a lo largo del año.

- Mercado Local:

Comprende Tiendas Artesanales situadas en los municipios de Armenia (sede Gobernación del Quindío) Salento, Filandia, Quimbaya, Montenegro, Calarcá y Armenia principalmente, localizadas en las zonas céntricas o sobre los corredores turísticos, como es el caso de Quimbaya, y de Filandia principalmente.

El municipio de Salento se destaca en el departamento por concentrar una de las mayores ofertas en cuanto a distribución de artesanías en el departamento.

De modo menos representativo las empresas beneficiarias tienen participación en eventos comerciales locales, realizados en el Centro de Convenciones, la Cámara de Comercio y sobre corredores turísticos.

- Mercado nacional:

Comprende la distribución a través de tiendas especializadas en la venta de producto artesanal, situadas principalmente en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, y Eje Cafetero. Gran parte de estas tiendas y puntos de distribución están situadas igualmente sobre corredores turísticos o zonas igualmente de visita recurrente por parte de turísticas, principalmente extranjeros. Se distribuyen algunas líneas de productos en

esos mismos mercados en tiendas de decoración y de regalo, especialmente para las líneas de decoración y mesa en guadua, madera y fibras naturales.

Mercado on – line:

Se trata de una estrategia de comercialización en la cual se busca que los empresarios empiecen a hacer un mayor uso de las TIC's y de las distintas alternativas de mercadeo que les ofrece Internet, a través de espacios propios o de sitios web a través de los cuales pueden promocionar su portafolio de productos y hacer contactos de negocios. Para el efecto, se integrarán al proyecto, todas aquellas herramientas con que cuenta tanto Artesanías de Colombia, como su aliado, la Cámara de Comercio de Armenia.

Se trata de aprovechar el incremento en los hábitos de compra on-line y situar a la artesanía como un producto que igualmente puede ser adquirido a través de éste, para lo cual en el marco del Proyecto se preparará al grupo de beneficiarios.

Aunque la mayoría ya maneja su cuenta de correo electrónico, incluso cuenta con su propia cuenta de Facebook y en otras redes sociales, se identifica que no se realiza el debido aprovechamiento de éstas herramientas de comunicación, no sólo personales sino comerciales y de negocios.

Por tanto, se aprovecharán herramientas tales como los sitios web de ambas entidades, las redes sociales a las cuales se encuentran inscritas y especialmente, a efectos de buscar potencial un estrategia de e-marketing para el portafolio de productos de las empresas beneficiarias.

Participación en Ferias Especializadas:

Las empresas beneficiarias le apuestan a eventos nacionales especializados y de alto posicionamiento para la comercialización de su portafolio de productos. En los cuales

cobra vigencia el diseño, la calidad, los acabados pero principalmente la propuesta innovadora, indistinto del oficio artesanal del que se trate.

Constituye así mismo un mercadeo cautivo para el grupo de empresas beneficiarias del Proyecto la Feria Expoartesánías, la cual concentra año a año más de 120.000 visitantes, y que comprende un punto estratégico de negociación con distribuidores especializados y compradores que se centran con especial interés en los productos elaborados en guadua y fibras naturales.

Los siguientes son otros eventos en que los empresarios buscan participar anualmente, y para los cuales interesa llegar con un producto que cumpla con las expectativas del mercado y les reporten las ventas, los negocios e ingresos que ellos esperan:

- FERIAS DE LAS COLONIAS – Corferias, Bogotá
- EXPOHOGAR – Corferias, Bogotá
- FERIA ORIGENES – Cartagena
- FERIA DE BIOCOMERCIO – Eje Cafetero
- AGROEXPO – Corferias Bogotá

ANEXO II

Proyecto

“COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS PERTENECIENTES A LOS SECTORES DE GUADUA, CESTERÍA Y FIBRAS NATURALES DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO, CON ÉNFASIS EN CALIDAD, INNOVACIÓN Y ENFOQUE DE MERCADO”

ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.

**CONVOCATORIA ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS / CLUSTERS
INNPULSA COLOMBIA 2012**

En los últimos 10 años se ha trabajado de manera intensiva en pro del desarrollo de las empresas que pertenecen a la cadena de la guadua y fibras naturales en el Quindío, con aliados estratégicos del Quindío como la Cámara de Comercio de Armenia, y otras entidades del departamento.

Los Oficios **LA GUADUA**



Jairo Rodríguez – Diseñador
Industrial

Los Oficios

La guasca, la calceta de plátano



Jairo Rodríguez – Diseñador Industrial

Los Oficios

La cestería en bejuco



Jairo Rodríguez – Diseñador Industrial

7 municipios concentran la oferta del Quindío

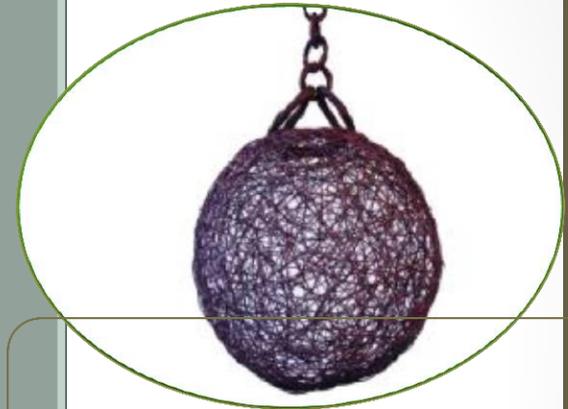


Guadua



**Calceta de
plátano**

Armenia
Filandia
Córdoba
Quimbaya
La Tebaida
Calarcá
Circasia
Salento



Bejuco

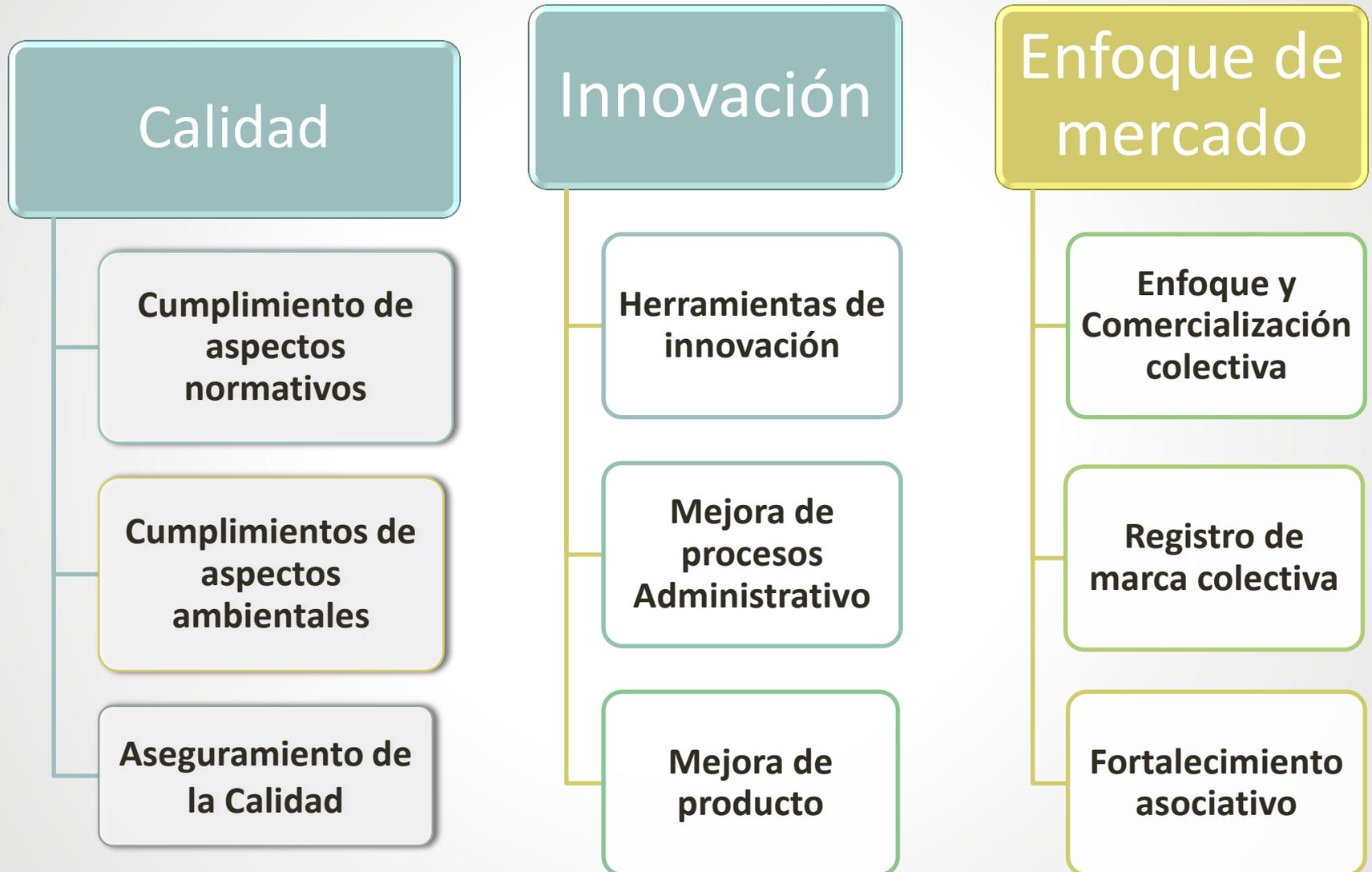
Programa Desarrollo Artesanal Departamento del Quindío 2013 - 2014



Porque que complementa la oferta turística del Departamento Quindío



Componentes Estratégicos del Proyecto



Principales Resultados esperados

