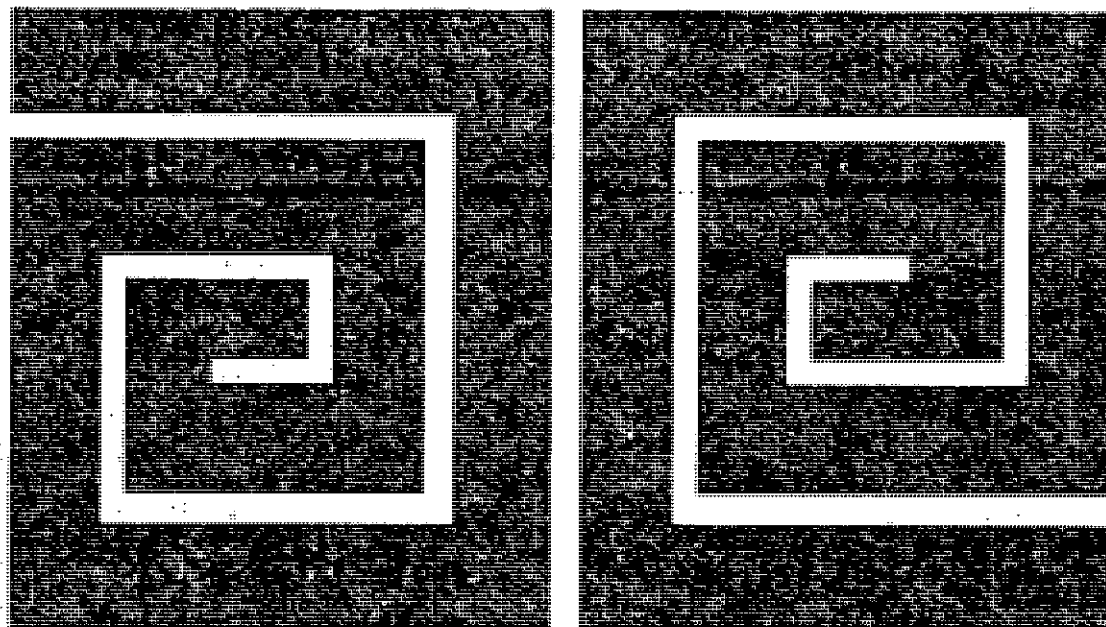


D1-2002.62



Plan Estratégico Artesanías de
Colombia 2002

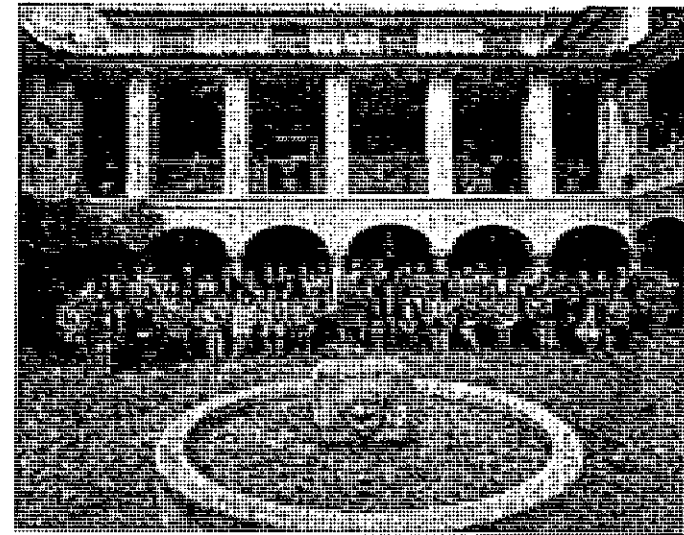
PLAN ESTRATEGICO

Artesanías de Colombia S.A.

Misión de la Entidad:

Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal para lograr su competitividad, elevando la calidad de vida de los artesanos, desarrollando procesos tecnológicos, comercialización de productos, promoción y capacitación.

Estimulando el desarrollo profesional del recurso humano que atiende el sector; garantizando la sostenibilidad del medio ambiente y la preservación del patrimonio cultural vivo. Asegurando así, la participación creciente del sector en la economía del País.



Bases de la Planeación

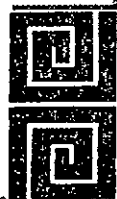
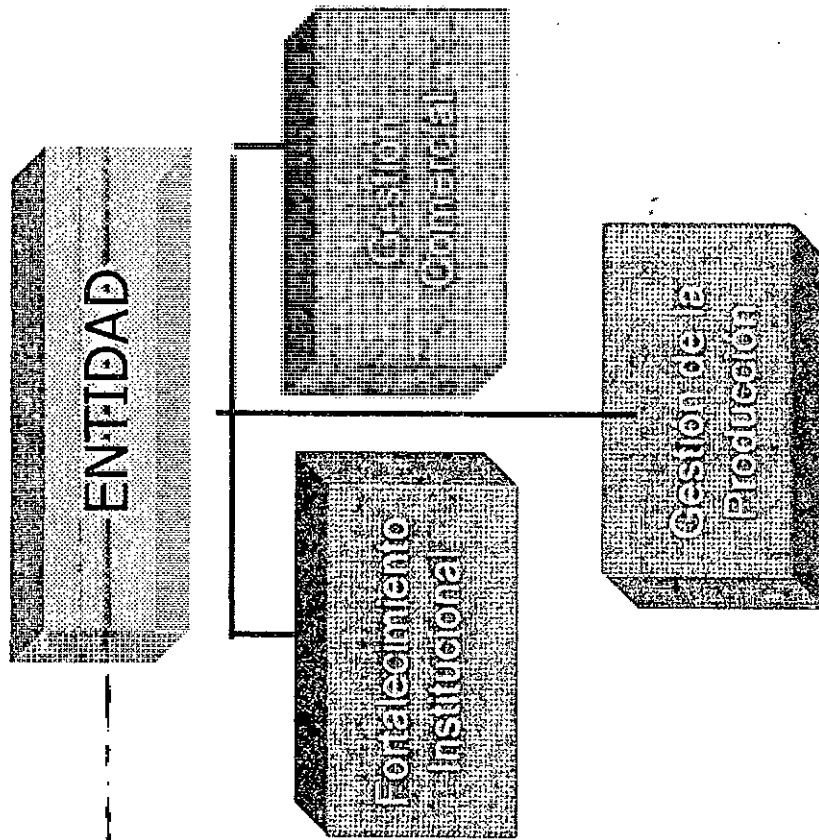
El plan estratégico se ha llevado a cabo con todos los funcionarios de Artesanías de Colombia en todos sus niveles.

La conformación de grupos de trabajo abarca de manera transversal todas las áreas de la Empresa.

Se definieron tres grandes áreas estratégicas: Fortalecimiento Institucional, Gestión Comercial y Gestión de la Producción



AREAS ESTRATEGICAS



Fortalecimiento Institucional - Objetivos

1. Cultura Organizacional basada en el servicio, la mentalidad comercial, lealtad y respeto.
2. Talento humano motivado, cualificado profesionalmente, con desempeño eficiente de sus funciones.
3. Empresa eficiente y eficaz en sus procesos, procedimientos y funciones.
4. Sistema de control interno fortalecido y elemento prioritario de los procesos de planeación y evaluación de gestión y resultados.
5. Sistema de planeación y ejecución participativo y basado en los resultados de evaluación



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo 1: Cultura Organizacional basada en el servicio, la mentalidad comercial, lealtad y respeto:

Estrategía 1. Creación y utilización de espacios institucionales para fortalecer la comunicación.

Actividades

1.1 Hacer reuniones de área semanales o mensuales de coordinadores y funcionarios.

1.2 Realizar Reuniones bimensuales o semestrales de todos los funcionarios de la entidad.

Productos / Resultados

- Asignación de Responsabilidades
- Nivelación de Información
- Reconocimiento del trabajo de las personas
- Intercambio de ideas



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo1: Cultura Organizacional basada en el servicio, la mentalidad comercial, lealtad y respeto:

Estrategía 2. Realización de un programa de inducción y reinducción adecuado

Actividades

2.1 Diseñar el programa de inducción con su respectivo manual.

2.2 Desarrollar el programa, el cual incluye pasantía de los funcionarios nuevos por todas las áreas de la empresa, mínimo una semana.

2.3 Diseñar un programa de información actualizado que tenga continuidad y sostenibilidad en el tiempo.

Productos / Resultados

2.1 Programa de inducción

2.2 Conocimiento de los funcionarios nuevos de todas las áreas y funciones de la empresa.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo1: Cultura Organizacional basada en el servicio, la mentalidad comercial, lealtad y respeto:

Estrategía

3. Aplicación de un modelo de certificación ISO 9000 en servicios.

Actividades

Productos / Resultados

3.1 Analizar la información institucional. *Primer Año*

3.1 Informe del estado actual de la entidad frente al proceso de calidad.

3.2 Plantear y diseñar el modelo. *Primer Año*

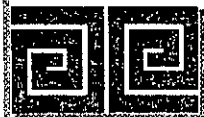
3.2 Estructura del modelo para aplicación de la norma seleccionada.

3.3 Sensibilizar sobre la ejecución del modelo. *Segundo Año*

3.3 Funcionarios sensibilizados.

3.4 Ejecutar y poner en marcha el modelo. *Segundo y Tercer Año.*

3.4 Empresa certificada, Programas de Desarrollo, Laboratorio de Diseño, área comercial y Expoartesánías.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo 1: Cultura Organizacional basada en el servicio, la mentalidad comercial, lealtad y respeto:

Estrategia 4. Desarrollo de un programa para garantizar una gestión eficiente de la documentación o archivo.

Actividades

4.1 Continuar con la recuperación de la memoria institucional, plasmada en los archivos de las diferentes áreas, dando cumplimiento a la Ley General de Archivos de la República.

4.2 Fortalecer el Centro de documentación para la artesanía CENDAR.

4.3 Publicar y divulgar las experiencias de la Entidad.

Productos / Resultados

4.1 Documentos centralizados y actualizados

4.3 Cartilla, libros, folletos al servicio del público.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo: Cultura Organizacional basada en el servicio, la mentalidad comercial, lealtad y respeto:

Estrategía 5. Establecer mecanismos para fortalecer la estructura organizacional vigente de planta global, orientada al servicio y la gestión comercial.

Actividades

5.1 Definir grupos de trabajo por temas, de acuerdo al Plan Estratégico de la Entidad.

5.2 Despertar y estimular la cultura del servicio y la mentalidad comercial.

Productos / Resultados

5.1 Estructura organizacional flexible y funcional.

5.2 Conversatorios, cursos, charlas, conferencias y grupos de discusión para fortalecer la misión comercial de la Empresa como prestadora de servicios.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo2: Talento humano motivado, desarrollado profesionalmente y con desempeño eficiente de sus funciones:

Estrategia 1. Fortalecimiento del un programa de desarrollo humano, orientado al desempeño del recurso humano de acuerdo a las competencias laborales.

Actividades

1.1 Diseñar y aplicar herramientas que permitan conocer las habilidades y capacidades que tiene cada persona.

1.2 Identificar las nuevas competencias que deben poseer los funcionarios de la entidad y evaluar sus debilidades y fortalezas frente a las mismas.

1.3 Diseñar y aplicar un programa de capacitación y formación continua y sostenible en el tiempo de acuerdo con el entorno en el que se desempeñe el funcionario. (Convenio Icetex)

Productos / Resultados

1.1. Determinación de las habilidades de los funcionarios.

1.2. Conocimiento de las competencias de los funcionarios.

1.3 Personal actualizado y ampliamente capacitado.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo2: Talento humano motivado, desarrollado profesionalmente y con desempeño eficiente de sus funciones:

Continuación 1. Implementación de un programa de desarrollo humano que permita el
Estrategia desempeño del recurso humano de acuerdo a las competencias laborales.

Actividades

1.4 Evaluar sistemáticamente la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en las capacitaciones.

1.5 Desarrollar talleres de socialización de los conocimientos adquiridos en las capacitaciones.

1.6. Formar funcionarios para asumir los relevos generacionales que requiere la institución y el mundo.

Productos / Resultados

1.4 Determinación del nivel de aprovechamiento de las capacitaciones

1.5. Multiplicación de los conocimientos con otros funcionarios.

1.6. Personal capacitado y competente para asumir nuevos retos.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo2: Talento humano motivado, desarrollado profesionalmente y con desempeño eficiente de sus funciones:

Continuación 1. Implementación de un programa de desarrollo humano que permita el Estrategia desempeño del recurso humano de acuerdo a las competencias laborales.

Actividades

Productos / Resultados

1.7. Fortalecer el área de Recursos Humanos.

1.7 Mejoramiento del Recurso Humano.

1.8. Diseñar y aplicar programas para hacer frente a los retiros definitivos de los funcionarios, acorde a sus condiciones.

1.8. Exfuncionarios con mejor calidad de vida.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo2: Talento humano motivado, desarrollado profesionalmente y con desempeño eficiente de sus funciones:

Estrategia 2. Profesionalización y especialización de los funcionarios.

Actividades

2.1 Crear un comité interdisciplinario para que coordine, evalúe y facilite la toma de decisiones acerca de la aprobación de solicitudes de capacitación de los funcionarios.

2.2 Actualizar y adecuar los criterios establecidos para aprobar las solicitudes de los funcionarios, de acuerdo con la evolución de las necesidades de capacitación que crea una sociedad en permanente cambio.

2.3. Tener en cuenta las condiciones de permanente cambio de la sociedad para promover competencias nuevas en los funcionarios y someterlas a evaluación permanente.

Productos / Resultados

2.1 Personal Competitivo.

2.2 Personal Competitivo

2.3. Personal Competitivo.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo2: Talento humano motivado, desarrollado profesionalmente y con desempeño eficiente de sus funciones:

Estrategía 3. Reconocimiento del trabajo y resultados alcanzados por cada funcionario.

Actividades

Productos / Resultados

3.1 Diseñar e implementar un proceso sistemático de evaluación de resultados de los funcionarios públicos y oficiales.

3.1 Evaluación del desempeño de los funcionarios.

3.2 Diseñar y aplicar una política de incentivos equitativa que vaya mas allá de lo monetario, basada en resultados alcanzados.

3.2 Personal motivado.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo2: Talento humano motivado, desarrollado profesionalmente y con desempeño eficiente de sus funciones:

Estrategias

4. Diseño y desarrollo de programas de bienestar social y reafirmación de los valores éticos.

Actividades

4.1 Crear espacios culturales, deportivos y de recreación que permitan el esparcimiento y el compartir con otros funcionarios.

4.2 Diseñar y aplicar programas de calidad de vida laboral (Valores éticos y Salud Ocupacional).

Productos / Resultados

4.1 Mayor integración y comprensión entre los funcionarios.

4.2 Mayor productividad de los funcionarios.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo3: Empresa Eficiente y eficaz en sus procesos, procedimientos y funciones:

Estrategia 1. Actualización permanente de los procesos, procedimientos y funciones de la empresa.

Actividades

Productos / Resultados

1.1 Analizar las deficiencias y fortalezas de los actuales procesos y procedimientos.

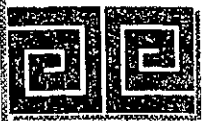
1.1 Procesos y procedimientos actualizados.

1.2 Documentar las actualizaciones de los procesos, procedimientos y funciones.

1.2 Documentos formalizados.

1.3 Ubicar personal de acuerdo a las competencias para ejecutar los procesos y procedimientos

1.3 Agilidad en los procesos y procedimientos



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo3: Empresa Eficiente y eficaz en sus procesos, procedimientos y funciones:

Estrategia 2. Orientar el sistema de información existente hacia un modelo integrado.

Actividades

Productos / Resultados

2.1 Unificar y actualizar los subsistemas de información de las diferentes áreas de la entidad.

2.1 Información ágil, oportuna e integrada.

2.2 Extender la red de intranet a todos los funcionarios

2.2 Un funcionario en cendar y en recursos humanos responsable de la información de intranet y viletin informativo interno y externo



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo4: Sistema de control interno fortalecido y elemento prioritario de los procesos de planeación y evaluación de gestión y resultados:

Estrategia 1. Creación de mecanismos de control y autocontrol en todas las áreas.

Actividades

Productos / Resultados

1.1 Efectuar reuniones con delegados de las diferentes áreas.

1.1 Concertación de mecanismos de control

1.2 Hacer evaluación y valoración de riesgos institucionales, mediante la elaboración e implantación de mapas de riesgos por áreas.

1.2 Identificación de los riesgos de la empresa

1.3. Fortalecer el Sistema de Control Interno.

1.3. Mejoramiento de la cultura de control.

1.4 Realizar visitas de seguimiento y evaluación.

1.4 Informes de verificación de mecanismos aplicados en el proceso de control interno.



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo5: Sistema de planeación de la empresa participativo y basado en resultados de evaluación:

Estrategia 1. Vincular a todas las áreas de la empresa en la planeación a corto, mediano y largo plazo.

Actividades

1.1 Elaborar el plan de desarrollo del sector con un horizonte de largo plazo, con la participación de funcionarios, artesanos y otras entidades que apoyan el sector.

1.2 Formulación de proyectos enmarcados en el plan de la Empresa.

Productos / Resultados

1.1 Plan de Desarrollo del Sector Artesanal

1.2 Proyectos para el Sector Artesanal



Continuación Fortalecimiento Institucional

Objetivo5: Sistema de planeación de la empresa participativo y basado en resultados de evaluación:

Continuación
Estrategia

1. Vincular a todas las áreas de la empresa en la planeación a corto, mediano y largo plazo.

Actividades

1.3 Diseño y aplicación sistemática de indicadores de gestión, resultados e impacto.

1.4 Realización de talleres de planeación cada tres meses para evaluar la ejecución del plan y hacer los ajustes necesarios

Productos / Resultados

1.3 Indicadores de gestión, resultados e impacto.

1.4 Informes de avance.



Gestión Comercial - Objetivo

1. Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.
2. Desarrolla estrategias comerciales a través de ferias, exposiciones, y comercialización directa y presta apoyo integral a los artesanos para fortalecer sus economías familiares.



Continuación Gestión Comercial

Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Estrategia 1. Reorganización del negocio comercial.

Actividades

Productos / Resultados

1.1 Definir políticas de compras, precios y determinación de la estructura de costos de operación de la gestión comercial.

1.1 Conocimiento de la rentabilidad de la gestión comercial.

1.2 Innovar y desarrollar productos en función de proyectos comerciales.

1.2 Productos adecuados a la demanda.

1.3 Definir mercados objetivos.

1.3 Clientes potenciales.

1.4 Definir procesos, procedimientos, funciones y logística de la gestión comercial.

1.4 Claridad en procesos, procedimientos, funciones y determinación de tiempos de operaciones.



Continuación Gestión Comercial - Objetivo

Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Continuación Estrategía

1. Reorganización del negocio comercial.

Actividades

1.5 Analizar perfiles profesionales y ubicación de personal de acuerdo a esos perfiles.

1.6 Ampliar la fuerza de venta

1.7 Establecer remuneración e incentivos acorde con resultados

1.8 Efectuar Seguimiento y evaluación de la gestión comercial

Productos / Resultados

1.5 Funcionarios comprometidos.

1.6 Dinamización de la comercialización en otros nichos.

1.7 Personal motivado y remuneración justa.

1.8 Ajuste a programación e indicadores de resultados.



Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Estrategia 2. Venta de colecciones a mediano plazo.

Actividades

Productos / Resultados

2.1 Diseño y desarrollo de colecciones para compradores especializados.

2.1 Colecciones de productos acordes con la demanda

2.2 Realización de ruedas de negocios nacionales e internacionales

2.2 Nuevos clientes

2.3 Participación en eventos nacionales e internacionales

2.3 Nuevos clientes



Continuación Gestión Comercial

Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Continuación

2. Venta de colecciones a mediano plazo.

Estrategia

Actividades

Productos / Resultados

2.4 Seleccionar de proveedores y suscribir contratos de suministro.

2.4 Garantizar el suministro de productos

2.5 Establecer incentivos para proveedores.

2.5 Proveedores fieles y comprometidos con la Empresa

2.6 Hacer seguimiento y evaluación.

2.6 Ajuste a la programación.
Indicadores de resultados



Continuación Gestión Comercial

Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Estrategias 3. Cultura de servicio al cliente.

Actividades

4.1 Realizar jornadas de nivelación de información

4.2 Contactar entidades que han mejorado el servicio al cliente.

4.3 Solicitar, evaluar y aprobar propuesta de empresas que han asesorado en este tema a otras entidades

4.4 Desarrollar el programa de servicio al cliente

4.5 Hacer seguimiento y evaluación

Productos / Resultados

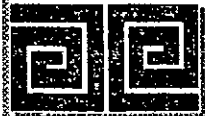
4.1 Manejo de la información institucional por todo el personal.

4.2 Identificar a asesores potenciales

4.3 Contratación de asesor

4.4 Personal con actitud de servicio al cliente.

4.5 Ajuste a la programación. Indicadores de resultados



Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Estrategias 4. Divulgación y promoción de la actividad artesanal.

Actividades

Productos / Resultados

4.1 Diseñar y elaborar material promocional de la gestión institucional.

4.1 Material promocional y público informado.

4.2 Desarrollar campañas para sensibilizar y posicionar el producto artesanal.

4.2 Campañas promocionales.

4.3 Montar exposiciones de productos artesanales.

4.3 Exposiciones.

4.4 Participar en eventos nacionales e internacionales.

4.4 Productos artesanales promocionados.



Continuación Gestión Comercial

Objetivo 1: Artesanías de Colombia en el marco de su misión, jalona el sector artesanal con visión de mediano y largo plazo hacia los mercados nacionales e internacionales y en la prestación de servicios para beneficio del sector.

Estrategía 5. Promoción de un portafolio de servicios.

Actividades

5.1 Determinar los servicios a ofrecer son su respectiva estructura de costos.

5.2 Elaborar y promocionar el portafolio de servicios.

5.3 Comercializar los servicios

5.4 Realizar seguimiento y evaluación

Productos / Resultados

5.1 Establecimiento de la rentabilidad de los servicios.

5.2 Portafolio de Servicios (Know How, asesorías, intermediación comercial, venta de información, capacitación, servicio de decoración, etc.).

5.3 Generación de ingresos para la Empresa.

5.4 Ajuste a la programación. Indicadores de resultados



Continuación Gestión Comercial

Objetivo2: Desarrolla estrategias comerciales a través de ferias, exposiciones, y comercialización directa y presta apoyo integral a los artesanos para fortalecer sus economías familiares.

Estrategia 1. Consolidar el Centro de Exposición y negocios Plaza de los Artesanos.

Actividades

1.1 Elaborar material promocional del recinto de exposiciones y negocios.

1.2 Terminar las obras de construcción.

1.3 Designar el grupo encargado de la comercialización de la Plaza.

Productos / Resultados

1.1 Material para promocionar los espacios que tiene el recinto.

1.2 Contar con la totalidad de los espacios aptos para su utilización.

1.3 Recurso Humano dedicado a la Explotación comercial de la Plaza.



Continuación Gestión Comercial

Objetivo2: Desarrolla estrategias comerciales a través de ferias, exposiciones, y comercialización directa y presta apoyo integral a los artesanos para fortalecer sus economías familiares.

Continuación 1. Consolidar el Centro de Exposición y negocios Plaza de los Artesanos.
Estrategia

Actividades

Productos / Resultados

1.4 Diseñar y desarrollar el Plan de Mercadeo.

1.4 Plan de Mercadeo

1.5 Realizar eventos feriales y comercializar los espacios para otros eventos.

1.5 Posicionamiento de la plaza como recinto ferial y de negocios. Generación de recursos financieros para la Entidad.

1.6 Realizar seguimiento y evaluación de la comercialización de la Plaza.

1.6 Ajuste a la programación.
Indicadores de resultados



Continuación Gestión Comercial

Objetivo2: Desarrolla estrategias comerciales a través de ferias, exposiciones, y comercialización directa y presta apoyo integral a los artesanos para fortalecer sus economías familiares.

Estrategias 2. Realización de ferias artesanales especializadas en Bogotá y en otras ciudades:

Actividades

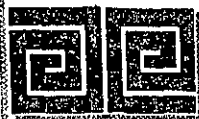
Productos / Resultados

- | | |
|--|---|
| 2.1 Realizar estudios de factibilidad por feria | 2.1 Conocer la viabilidad técnica y financiera de la feria |
| 2.2 Elaborar y presentar proyectos a entidades | 2.2 Suscripción de Acuerdos para realizar los eventos |
| 2.3 Conformar equipos responsables de las ferias. | 2.3 Contar con el personal disponible y responsable de los eventos. |
| 2.4 Elaborar cronograma y realización de eventos | 2.4 Posicionamiento de la imagen de Artesanías de Colombia, aumento en los ingresos de los artesanos y de la Entidad. |
| 2.5 Hacer seguimiento y evaluación de los eventos. | 2.5 Ajuste de programación. Indicadores de resultados. |



Gestión de la Producción - Objetivo

Oferta adecuada,
suficiente y oportuna que
responda a la demanda del
mercado.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

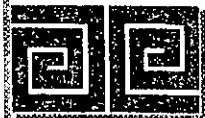
Estratégica 1. Investigación continua y aplicada a los procesos productivos.

Actividades

- 1.1 Identificar y asignar líneas de investigación.
- 1.2 Suscribir convenios con centros Universitarios y Centros de Investigación y Desarrollo.
- 1.3 Formular y presentar proyectos.
- 1.4 Incorporar nuevos conocimientos a la producción.

Productos / Resultados

- 1.1 Empresas especializadas en el conocimiento por oficios y materiales. Ventajas competitivas identificadas.
- 1.2 Equipos multidisciplinarios trabajando en nuevos conocimientos aplicables en artesanía
- 1.3 Proyectos con recursos de cofinanciación.
- 1.4 Mejora y diferenciación del producto.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

Estrategia 2. Organización de la producción por cadenas productivas:

Actividades

Productos / Resultados

2.1 Identificar las cadenas productivas artesanales.

2.1 Cadenas productivas.

2.2. Concertar con artesanos y entidades regionales y nacionales.

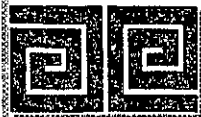
2.2 Vinculación de otras instituciones.

2.3. Suscribir convenios.

2.3 Compromisos de entidades locales y nacionales.

2.4. Ejecutar proyectos que unan los diferentes eslabones de la cadena.

2.4. Proyectos productivos.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

Estrategia 3. Capacitación acorde con las necesidades de los artesanos y de las instituciones de apoyo.

Actividades

3.1 Identificar las características y necesidades de formación de los artesanos.

3.2. Elaborar y adecuar materiales de formación ágiles y accesibles a los participantes.

3.3. Desarrollar talleres de formación con metodología de aprendizaje cooperativo.

3.4. Efectuar seguimiento y evaluación de competencias laborales y administrativas.

Productos / Resultados

Conocimiento de las necesidades de formación de los artesanos.

3.3. Materiales ajustados a las condiciones, capacidades e intereses de los participantes.

3.4. Artesanos competentes y motivados.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

Estrategia 4. Especialización por líneas con alto contenido de diseño y producción orientada a la demanda.

Actividades

- 4.1 Realizar estudios periódicos de mercado.
- 4.2 Organizar y participar en eventos sobre tendencias internacionales del mercado.
- 4.3 Desarrollar productos con capacidad de respuesta en la producción.
- 4.4 Organizar como proyectos de producción la atención a pedidos significativos.
- 4.5 Monitorear y acompañar la producción de introducción al mercado.

Productos / Resultados

- 4.1 Información de productos, precios, competencia etc.
- 4.2 Conocimiento de las tendencias.
- 4.3 Demanda satisfecha.
- 4.4 Proyectos comerciales.
- 4.5 Ajuste a la producción.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

Estrategia 5. Trabajo con estándares de calidad y normas técnicas internacionales.

Actividades

5.1 Definir estándares de calidad para los productos mas exitosos.

5.2 Capacitar y acompañar la aplicación de las normas técnicas.

5.3 Adaptar las normas técnicas generales a productos específicos.

Productos / Resultados

5.1 Definición de líneas de productos.

5.2 Conocimiento y aplicación de las normas técnicas.

5.3 Productos adaptados y certificados de acuerdo con normas de calidad que exige el mercado.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

Estrategia 6. Tecnologías apropiadas a los procesos productivos.

Actividades

Productos / Resultados

6.1 Realizar talleres de implementación de tecnologías adecuadas.

Procesos mejorados y productos con mas calidad. Respuesta oportuna en cantidad y calidad. Mejoramiento de condiciones y procesos en la producción.

6.2 Concientizar a los artesanos para la aplicación de tecnologías apropiadas.

6.3 Aplicar transferencia tecnológica con cooperación nacional e internacional.



Continuación Gestión de la Producción

Objetivo: Oferta con volumen y calidad suficiente y oportuna que responda al mercado real y potencial.

Estrategia 7 . Producción más limpia y manejo sostenible de materias primas.

Actividades

7.1 Realizar talleres con entidades vinculadas con el tema.

7.2 Dar asistencia técnica a cultivadores de materias primas.

7.3 Brindar asesorías para el manejo y uso racional de esas materias primas.

7.4 Hacer seguimiento y evaluación

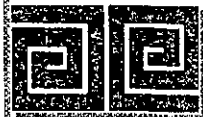
Productos / Resultados

7.1 Vinculación de otras entidades.

7.2 Mejoras en los procesos de cultivo y extractivos.

7.3 Mejoras en el uso y manejo de las materias primas.

7.4 Ajustes al proyecto.



DESPLIEGUE DE POLITICAS CORPORATIVA

Plan Estratégico
Empresarial

Acciones
Actividad 1
Actividad 2
Actividad 3
.
.
.
Actividad n

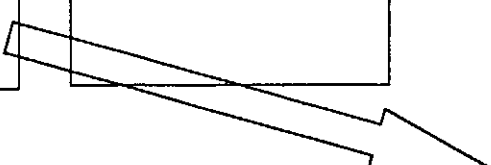
Meta 1

Tareas

Meta 1
Tareas
Tarea 1
Tarea 2
Tarea 3

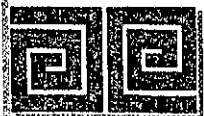
Plan de Acción

QUE	PORQUE	COMO	QUIEN	DONDE	CUANDO - CRONOGRAMA																			
					1				2				3				4							
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Tarea 1																								
Tarea 2																								
Tarea 3																								



Desdoblamiento de
las directivas.

Derechos comerciales Reservados a la FDG.



Continuación Metodología

Nombrar un coordinador por cada grupo de trabajo y realizar reuniones programadas

1. Realizar un Plan de acción por cada actividad, según formato:

PLAN DE ACCION																				
META:																				
Fecha																				
QUE	PORQUE	COMO	QUIEN	DONDE	CUANDO - CRONOGRAMA															
					1				2				3				4			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tarea 1																				
Tarea 2																				
Tarea 3																				

Elaboró _____

Aprobó _____



Continuación Metodología

Nombrar un coordinador por cada grupo de trabajo y realizar reuniones programadas

2. Realizar informes de avance por actividad mensualmente, para facilitar evaluación y seguimiento :

INFORME DE AVANCE				
Actividad:				
Meta:			Fecha:	
PASADO		PRESENTE		FUTURO
Planeado	Ejecutado	Resultados	Puntos Problemáticos	Propuestas

Elaboró _____

Aprobó _____



Continuación Metodología

El comité de evaluación y seguimiento nombrará un coordinador y realizará reuniones periódicas.

3. Los grupos de trabajo deben crear indicadores que permitan evaluar y controlar los resultados.

DEFINICION DE INDICADORES						
Fecha						
Concepto	Nombre del Indicador	Resultados			Situación Actual	Observaciones
		Mínimo	Satisfactorio	Sobresaliente		
Objetivo						
Estrategias						
Actividades						

Nota. Máximo 3 indicadores por concepto.

