



artesanías de colombia
MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL
PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL
E INTERNACIONAL**

Santafé de Bogotá, noviembre de 1999

1. IDENTIFICACION

IDIGO BPIN : ENTIDAD RESPONSABLE: VERSION :01
1191-00009-0000 ARTECOLOMBIA
AÑO PRESUPUESTAL : 2001
NOMBRE DEL PROYECTO :
AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL
E INTERNACIONAL

2. CLASIFICACION

TIPO DE GASTO : 03 RECURSO HUMANO
SURTIPLO DE GASTO : 2 RECURSO HUMANO - PROTECCION Y BIENESTAR SOCIAL
0 ESPECIFICO DE GASTO : 0320 PROTECCION Y BIENESTAR SOCIAL DEL RECURSO HUMANO
SECTOR : 0201 MICROEMPRESA E INDUSTRIA ARTESANAL
PLAN DE GOBIERNO : 15410 PROGRAMAS ARTESANIAS

3. LOCALIZACION

REGION	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	LOCALIDAD
01 NACIONAL			

4. JUSTIFICACION

A nivel interno está la fuerte competencia generada por una economía abierta, lo que ha generado el ingreso al país de productos manufacturados provenientes de distintos países a precios muy bajos. A nivel externo, el producto artesanal colombiano, aunque cuenta con un amplio potencial para el mercado internacional, no ha sido suficientemente promocionado y no existe una presencia nacional real de la artesanía principalmente en el mercado europeo, lo que hace que no se optimice la utilización de mano de obra, ni la generación de ingresos y empleo.

5. DESCRIPCION

Promover la inserción del producto artesanal nacional, de alta calidad y contenido de diseño, hacia el mercado externo, especialmente los países de Europa

6. FINANCIACION DE LA INVERSION

CIFRAS A PRECIOS DE : 1999

ENTIDAD	EJECUTADO	2000	2001	2002	2003	SALDO	TOTAL
APORTES DE LA NACION	0	0	0	0	0	0	0
ARTECOLOMBIA	0	90,000	186,500	265,500	344,500	0	886,500
RECURSOS ADMINISTRADOS	0	0	0	0	0	0	0
SURTOTAL PGM	0	90,000	186,500	265,500	344,500	0	886,500
OTROS RECURSOS	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	90,000	186,500	265,500	344,500	0	886,500

CIFRAS EN MILES REGISTRADAS EN 1999

7. COSTOS E INGRESOS ANUALES DE OPERACION DEL PROYECTO

CIFRAS A PRECIOS DE : 1999

7.1 COSTOS

ITEM	MONTO EN MILES DE \$	ENTIDAD FINANCIADORA
MATSUM	133,750	ARTECOLOMBIA
MORCAL	48,500	ARTECOLOMBIA
MORWOC	4,250	ARTECOLOMBIA
TOTAL COSTOS	186,500	

7.2 INGRESOS

ITEM	MONTO EN MILES DE \$	ENTIDAD FINANCIADORA
-	0	-

8.1 AREA DE INFLUENCIA

REGION	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	LOCALIDAD
01 NACIONAL			

8.2 INDICADORES

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD	VALOR
COSTO EFICIENCIA	\$	3.40

9. ESTUDIOS QUE RESPALDAN EL PROYECTO

NOMBRE DEL ESTUDIO	NET.	FECHA	ENTIDAD
MANUAL METODOLOGICO GENERAL	001	7/1992	DMP

10. DILIGENCIAMIENTO

FUNCIONARIO RESPONSABLE: GERMAN ORTIZ
 cargo: JEFE OF. DE PLANEACION E INF. INSTITUCION: ARTESANIAS DE COLOMBIA
 TELEFONO: 2861766 FECHA: 1999/11/18 CIUDAD: SANTA FE DE BOGOTA

11. OBSERVACIONES

12. CONCEPTO Y REGISTRO VIABILIDAD

12.1 RESPECTO A LA IDENTIFICACION, PREPARACION Y EVALUACION DEL PROYECTO

A. El Problema Esta Bien Definido < >

B. La Alternativa Seleccionada Soluciona El Problema Definido < >

C. Los Costos Estimados Son Razonables < >

12.2 ES FUNCION DE LA ENTIDAD RESPONSABLE DEL PROYECTO SOLUCIONAR ESTE PROBLEMA < >

12.3 LA FICHA ERI ESTA CORRECTAMENTE DILIGENCIADA < >

12.4 EL PROYECTO ES CONSISTENTE CON LOS PLANES, POLITICAS, Y PROGRAMAS DEL DESARROLLO SECTORIAL < >

FUNCIONARIO RESPONSABLE:

CARGO: INSTITUCION:

TELEFONO: FECHA: / / CIUDAD:

CONTROL POSTERIOR AL CONCEPTO DE VIABILIDAD

FUNCIONARIO RESPONSABLE:

ISION: UNIDAD DNP :

TELEFONO: FECHA: / /

AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

ID-01 DESCRIPCION DEL PROBLEMA O NECESIDAD

Actualmente la producción artesanal colombiana se ve afectada por problemas de carácter interno y externo. Dentro de los problemas internos está la fuerte competencia generada por una economía abierta, lo que ha generado el ingreso al país de productos manufacturados provenientes de distintos países a precios muy bajos.

En el campo externo, el producto artesanal colombiano, aunque cuenta con un amplio potencial para el mercado internacional, no ha sido suficientemente promocionado y no existe una presencia nacional real de la artesanía principalmente en el mercado europeo, lo que hace que no se optimice la utilización de mano de obra, ni la generación de ingresos y empleo.

Considerando que es necesario promover un cambio de imagen del producto artesanal colombiano, se debe diseñar e implementar una nueva dinámica de promoción para posicionar la actividad y el objeto artesanal, para fortalecer la comercialización en mercados internos y externos

Dentro de la actual política Cambio para la Paz, propuesta por el Gobierno actual, donde las exportaciones son un instrumento de consolidación del desarrollo y generación de empleo, se quiere enmarcar este proyecto que propone el fortalecimiento de la imagen de la artesanía colombiana, a través de una campaña y unas estrategias que marquen el énfasis en un objeto artesanal de alta calidad y con un valor agregado otorgado por el componente del diseño.

El problema afecta a la totalidad de la población artesanal del país, ya que busca incursionar en las nuevas dinámicas del mercado global.

ID-02. OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Promover la inserción del producto artesanal nacional, de alta calidad y contenido de diseño, hacia el mercado externo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Posicionar el producto artesanal colombiano en mercados externos e internos.
2. Conquistar al público consumidor en el exterior.

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

3. Cambiar la imagen del producto artesanal colombiano en el exterior.
4. Promover la compra por parte de compradores especializados -cadenas de almacenes- del producto artesanal nacional .
5. Incentivar la incorporación del diseño en la producción artesanal actual.
6. Destacar la maestría del trabajo artesanal colombiano.
7. Definir los mercados internacionales a los que se quiere llegar según la demanda del mercado.
8. Crear una imagen de producto artesanal de alta calidad y precio competitivo en el mercado internacional.

ID-03 IDENTIFICACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo de este proyecto lo constituye la población nacional y de otros países , que esté interesada en adquirir productos novedosos, de valor cultural con calidad y alto contenido de diseño. Igualmente, se dirige a profesionales del diseño y otras áreas, interesadas en el desarrollo del producto artesanal colombiano.

Se calcula que los beneficiarios del proyecto Ampliación del Posicionamiento del Producto Artesanal a Nivel Nacional e Internacional, son 58.821 artesanos, según el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal.

AÑOS	2000	2001	2002	2003
No. beneficiarios	58.821	58.821	58.821	58.821

AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

ID- 04 POLÍTICA NACIONAL Y/O SECTORIAL QUE RESPALDA EL PROYECTO

El proyecto Ampliación del Posicionamiento del Producto Artesanal a nivel Nacional e Internacional, enmarcado dentro de la política del Gobierno Nacional de acuerdo con el Plan de Desarrollo denominado CAMBIO PARA CONSTRUIR LA PAZ-1998-2002, en cuanto hace referencia entre otros, a los siguientes aspectos:

- Fortalecimiento del tejido social a través de un compromiso fundamental del estado y de la sociedad en torno a la cultura, la educación y la salud, con mejores oportunidades para el desarrollo.
- Colombia como país de ingreso medio y bajo tiene necesidades insatisfechas que acompañan la pobreza y es necesario buscar un equilibrio en la balanza de pagos para elevar el nivel del PIB.
- El crecimiento económico, acelerado y sostenido se da a través de orientar la producción hacia los mercados externos.
- La apertura de nuevos mercados genera empleo en forma más dinámica haciendo que los beneficios del crecimiento se distribuyan más equitativamente entre toda la población.
- La internacionalización de la economía debe significar la reorientación del aparato productivo hacia la exportación con el fin de ocupar más amplios sectores de mano de obra en la producción para la exportación, contando con los recursos para lograr los objetivos propuestos.
- Las relaciones internacionales y los vínculos con el mundo exterior, se deben fortalecer con el fin de afianzar la presencia colombiana en los mercados externos.

El documento CAMBIO PARA CONSTRUIR LA PAZ, hace énfasis en la estrategia de las exportaciones como motor de crecimiento.

El sector artesanal reúne las características para insertarse más dinámicamente en el sector exportador del país. La artesanía forma parte de las exportaciones no tradicionales que "han demostrado la

AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

capacidad de crecer a tasas muy aceleradas"¹ además, con un mínimo de inversión el sector artesano está en capacidad de generar empleos permanentes en corto tiempo.

La valoración de la actividad artesanal y su adecuada promoción para el posicionamiento en el ámbito internacional por parte de Artesanías de Colombia, como entidad oficial forma parte del compromiso del Estado para fortalecer el tejido social, brindando mayores oportunidades a los distintos sectores de la sociedad en busca del camino para la paz.

ID- 05 ENUMERACIÓN DE ALTERNATIVAS

Para promover la inserción del producto artesanal nacional hacia el mercado externo, se proponen las siguientes alternativas:

ALTERNATIVA 01

Diseñar una campaña de divulgación para promover el conocimiento de una nueva imagen del producto artesanal colombiano en el exterior, a través de productos de campaña: publicación de avisos en revistas especializadas, periódicos, afiches, brochures, elaborados en dos idiomas, español e inglés.

Contar con fuentes de información sobre tendencias del mercado a través de contactos con organizaciones especializadas.

Promover el mejoramiento del nivel de calidad del producto artesanal con alto contenido de diseño, a través de exposiciones especializadas, reconocimiento de artesanos destacados y vinculación de profesionales y estudiantes del diseño y áreas afines, a la producción artesanal.

¹Cambio para Construir la Paz 1198-2002 Bases. D.N.P. Tercer Mundo Editores, Bogotá 1998.

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

ID-06 DESCRIPCIÓN DE LAS METAS FÍSICAS DE LA ALTERNATIVA No 01

META 01. NOMBRE O DESCRIPCIÓN

Contar con una campaña de promoción comercial para fortalecer el producto artesanal en mercados internacionales.

UNIDAD DE MEDIDA. Campaña de Promoción Comercial.

META 02. NOMBRE O DESCRIPCIÓN

Lograr el posicionamiento del producto artesanal colombiano en países europeos, para fortalecer su comercialización a través de diferentes medios de comunicación

UNIDAD DE MEDIDA. Pauta en medios de comunicación internacionales.

META 03. NOMBRE O DESCRIPCIÓN

Hacer un reconocimiento a la excelencia artesanal, conmemorando el Día Nacional del Artesano.

UNIDAD DE MEDIDA. Evento

META. 04. NOMBRE O DESCRIPCIÓN

Incorporar el diseño a la producción artesanal actual, a través del Concurso Nacional de Proyectos de Diseño para la Artesanía.

UNIDAD DE MEDIDA. Evento.

META 05. NOMBRE O DESCRIPCIÓN

Realización de una exposición especializada con muestras de alto contenido de diseño.

UNIDAD DE MEDIDA. Evento.

META 06. NOMBRE O DESCRIPCIÓN

Contar con una campaña de promoción para la comercialización del producto artesanal a nivel nacional.

UNIDAD DE MEDIDA. Campaña de promoción comercial.

META 07. NOMBRE O DESCRIPCIÓN.

Participación institucional en una feria o evento

UNIDAD DE MEDIDA. Evento.

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

ID-07 CUANTIFICACIÓN DE LAS METAS FÍSICAS DE ALTERNATIVA 01.

NOMBRE O DESCRIPCION	2000	2001	2002	2003
Contar con una campaña de promoción comercial, para fortalecer el producto artesanal en mercados internacionales	1	2	3	4
Lograr el posicionamiento del producto artesanal colombiano en el exterior, para fortalecer su comercialización a través de diferentes productos de campaña	1	4	8	12
Reconocimiento a la excelencia artesanal conmemorando el Día Nacional de Artesano	1	1	1	1
Incorporar el diseño a la producción artesanal actual a través del Concurso Nacional de Proyectos de Diseño	1	1	1	1
Realización de una exposición especializada de muestras con alto contenido de diseño	1	1	1	1
Pauta comercial en medios de comunicación	1	3	4	5
Participación institucional en una feria o evento	1	3	4	5

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

**ID-08 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES PLANTEADAS PARA DESARROLLAR
LA ALTERNATIVA 01.**

Actividad 01 Descripción.

Elaboración de productos de campaña como afiches, avisos para revista y periódicos, catálogo.

A. Insumos y materiales.

- * Productos de alta calidad.
- * Recurso financiero.
- * Material fotográfico.
- * Desplazamientos.

B. Mano de obra calificada.

- * Honorarios profesionales: fotógrafos, diseñadores.

Actividad 02. Descripción.

Elaboración de productos de campaña como afiches, calendarios, boletines informativos, para divulgar la actividad artesanal en el ámbito internacional.

A. Insumos y materiales.

- * Productos de alta calidad.
- * Recurso financiero.
- * Material impreso.
- * Material de pre-producción.

B. Mano de obra calificada.

- * Honorarios profesionales: Diseñador, fotomecánica.
- * Contratación de espacios publicitarios en revistas.

Actividad 03. Descripción.

Conmemoración del Día Nacional de Artesano.

A. Insumos y materiales.

- * Productos de alta calidad.
- * Recurso financiero.
- * Infraestructura para montaje del evento.
- * Montaje exposición

AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

- * Comunicaciones.
- * Premios artesanos.

B. Mano de obra calificada.

Honorarios profesionales: Diseñador, fotógrafo, comunicador social.

C. Mano de obra no calificada

Honorarios auxiliares de montaje.

Actividad 04. Descripción.

Realización del Concurso Nacional de Proyectos de Diseño

A. Insumos y materiales.

- * Recurso financiero
- * Comunicaciones
- * Infraestructura para la realización del evento
- * Premios
- * Montaje exposición

B. Mano de obra calificada.

Honorarios profesionales: diseñador, fotógrafo, comunicador social.

C. Mano de obra no calificada.

Honorarios auxiliares de montaje.

Actividad 05. Descripción

Realización de exposición especializada con alto contenido de diseño, en las instalaciones de Artesanías de Colombia.

A. Insumos y materiales.

- * Productos de alta calidad.
- * Infraestructura para exposiciones.
- * Recurso financiero.
- * Material impreso de apoyo.
- * Comunicaciones.

AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

B. Mano de obra calificada.

Honorarios profesionales: diseñador, fotógrafo, comunicador social.

C. Mano de obra no calificada.

Honorarios de auxiliares de montaje.

Actividad 06. Descripción.

Realización de una Campaña de difusión para la comercialización del producto artesanal a nivel nacional.

A. Insumos y materiales.

- * Productos de alta calidad.
- * Material fotográfico.
- * Material de video.
- * Recurso financiero.
- * Desplazamientos.

B. Mano de obra calificada.

Honorarios profesionales: diseñador, fotógrafo, fotomecánica.

Actividad 07. Descripción

Participación institucional en una feria o evento.

A. Insumos y materiales.

- * Productos de alta calidad
- * Recursos financieros
- * Infraestructura para el evento
- * Montaje exposición.
- * Comunicaciones.

B. Mano de obra calificada

Honorarios profesionales: diseñador, comunicador social.

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

ID-09 CUANTIFICACION DE LAS ACTIVIDADES DE LA ALTERNATIVA No. 01

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	2000	2001	2002	2003
Elaboración de productos de campaña	1	2	3	4
Productos de campaña para divulgación internacional	1	4	8	12
Día Nacional del Artesano	1	1	1	1
Concurso de Proyectos de Diseño para la Artesanía	1	1	1	1
Exposición especializada	1	1	1	1
Pauta comercial en medios de comunicación	1	3	4	5
Participación Institucional en feria o evento	1	3	4	5

PE-01 DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES BENEFICIOS

Al desarrollar el proyecto Ampliación del Posicionamiento del Producto Artesanal a Nivel Nacional e Internacional, el subsector artesanal se beneficiará en aspectos como:

1. Incremento en la demanda de los productos artesanales.
2. Generación de empleo a través de la mayor ocupación de mano de obra en la producción artesanal.
3. Posicionamiento de la artesanía como actividad económicamente rentable, como factor de desarrollo y de identidad cultural.
4. Ampliación de posibilidades del subsector artesanal de contribuir a la generación de divisas.
5. Se promoverá el mayor conocimiento y valoración de la artesanía a nivel nacional e internacional ampliando las posibilidades de apoyo al desarrollo del sector, al igual que sus posibilidades comerciales.

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

PE-02 VALORACION DE LOS COSTOS POR ACTIVIDAD DE LA ALTERNATIVA 01.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	COST. UNIT.	2000	2001	2002	2003
Elaboración de productos de campaña	19.000	19.000	38.000	57.000	76.000
Productos de campaña para divulgación internacional	8.500	8.500	34.000	68.000	102.000
Día Nacional del Artesano	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Concurso de Proyectos de Diseño para la Artesanía	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000
Exposición especializada	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Pauta comercial en medios de comunicación	19.500	19.500	58.500	78.000	97.500
Participación Institucional en feria o evento	6.500	6.500	19.500	26.000	32.500
TOTAL	90.000	90.000	186.500	265.500	344.500



**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
 A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

PE-03 DESCRIPCION Y VALORIZACION DE LOS COSTOS DE LA ALTERNATIVA

AÑOS	2000	2001	2002	2003	Valor Presente p. de Mercado	RPS	Valor Presente p. Social
MATERIALES E INSUMOS							
1. Productos de Campaña	14,000	25,000	37,000	50,000			
2. Pauta Internacional	2,500	24,000	48,000	77,000			
3. Día Nacional del Artesano	15,500	15,500	15,500	15,500			
4. Concurso de Diseño	8,000	8,000	8,000	8,000			
5. Exposición Especializada	1,250	1,250	1,250	1,250			
6. Pauta comercial en medios de comun.	14,500	48,500	58,000	72,000			
7. Participación Institucional	4,500	11,500	17,000	18,500			
SUBTOTAL MATERIALES E INSUMOS	60,250	133,750	184,750	242,250			
FACTOR VALOR PRESENTE	1	0.8929	0.7972	0.7118			
SUBTOTAL MAT. E INSUMOS EN V.P.	60,250	119,425	147,283	172,434	499,392	0.8	399,513
MANO DE OBRA CALIFICADA							
1. Honorarios Prof. Productos Campaña	5,000	13,000	20,000	26,000			
2. Pau Intlal. Contratación esp. public.	6,000	10,000	20,000	25,000			
3. Día Nacional del Artesano	3,500	3,500	3,500	3,500			
4. Concurso de Diseño	4,000	4,000	4,000	4,000			
5. Exposición Especializada	1,000	1,000	1,000	1,000			
6. Pauta comercial en medios de comun.	5,000	10,000	20,000	25,500			
7. Participación Institucional	1,500	7,000	7,000	10,000			
SUBTOTAL M. OBRA CALIFICADA	26,000	48,500	75,500	95,000			
FACTOR VALOR PRESENTE	1	0.8929	0.7972	0.7118			
SUBTOTAL M. O. CALIFICADA EN V.P.	26,000	43,306	60,189	67,621	197,115	1.00	197,115
MANO DE OBRA NO CALIFICADA							
4. Día Nacional del Artesano	1,000	1,000	1,000	1,000			
5. Concurso de Diseño	2,000	2,000	2,000	2,000			
6. Exposición especializada	250	250	250	250			
9. Participación Institucional	500	1,000	2,000	4,000			
SUBTOTAL M. OBRA NO CALIFICADA	3,750	4,250	5,250	7,250			
FACTOR VALOR PRESENTE	1	0.8929	0.7972	0.7118			
SUBTOTAL M. O. NO CALIFICADA V.P.	3,750	3,795	4,185	5,161	16,891	0.60	10,134
TOTAL COSTOS EN CADA AÑO	90,000	186,500	265,500	344,500			
TOTAL COSTOS VALOR PRESENTE	90,000	166,526	211,657	245,215	713,398		606,763

AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

PE-04 RESUMEN DE COSTOS DE LA ALTERNATIVA

PERIODO DE INVERSION: ULTIMO AÑO DE INVERSION 2000

	PRECIOS	
	MERCADO	SOCIALES
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	713.398	606.763
FACTOR ANUAL EQUIVALENTE	0.3292	0.3292
COSTO ANUAL EQUIVALENTE DEL PROYECTO	234.875	199.767
PROMEDIO ANUAL DEL GRUPO BENEFICIARIO	58.821	58.821
COSTO ANUAL EQUIVALENTE POR USUARIO ATENDIDO	3.99	3.40

PE-05 EFECTO AMBIENTAL DE LA ALTERNATIVA

El Proyecto Ampliación del Posicionamiento del Producto Artesanal a Nivel Nacional e Internacional, no ocasiona impacto ambiental negativo, por el contrario, el aumento de la productividad con la tecnología adecuada ayuda a evitar el deterioro ambiental y a producir en mejores condiciones, en el marco de desarrollo sostenible.

PE-06 SELECCION DE LA ALTERNATIVA DE MÍNIMO COSTO.

1. Costo a precios sociales. \$ 606.763
2. Justificación.

En una economía globalizada los sectores productivos se ven afectados por la fuerte competencia generada por el ingreso de manufacturas, productos de la industria y artesanías provenientes de distintos países. Se ha escogido la Alternativa UNO, enmarcada dentro de la política de gobierno nacional de promover las exportaciones, como la mejor opción para el producto artesanal colombiano, buscando su conocimiento y valoración a nivel nacional e internacional como estrategias para penetrar en nuevos mercados, lo que repercutirá en la mayor utilización de mano de obra nacional ocupada en el sector artesanal, en la generación de empleo y el aumento de divisas.

**AMPLIACION DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO ARTESANAL
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL**

FS-01 FUENTES DE FINANCIACION DEL PROYECTO

AÑOS	2000	2001	2002	2003
TOTAL COSTOS	90.000	186.500	265.500	344.500
1. RECURSOS DE INVERSIÓN				
1.1 FUENTES DE PRESUPUESTO NACIONAL P.G.N.				
1.2 FUENTES DE RECURSOS PROPIOS				
1.3 OTRAS FUENTES DE INVERSIÓN ONG'S y/o COMUNIDAD				
2. RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO				
2.1 ENTIDADES ORDEN NACIONAL				
2.2 OTRAS FUENTES				
TOTAL FINANCIACIÓN	90.000	186.500	265.500	344.500

FS-02 SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Para la ejecución del proyecto es necesario contar con los recursos del Presupuesto General de la Nación. Sin los recursos financieros del Estado, el proyecto no se podría llevar a cabo ya que la Empresa no cuenta con recursos propios ni con otra fuente de financiación.