



Proyecto Fortalecimiento económico y comercial de las vocaciones productivas artesanales del departamento de Caldas

[Formulación de proyecto de promoción comercial de los artesanos de Caldas a través del uso de las tecnologías de información.]

Alejandro Agudelo Holguín
enlace regional
Laboratorio Artesanías Unidad Caldas

Caja de compensación familiar COMPENSAR

María Gabriela Corradine Mora
Profesional de Gestión - Supervisora y
Coordinadora Artesanías de Colombia S.A.

Manizalez, Artesanías de Colombia S.A. 2015



Créditos Institucionales

Artesanías de Colombia S.A

Ana María Fríes Martínez – Gerente General

Diana Pombo Holguín - Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

María Gabriela Corradine Mora - Profesional de Gestión - Supervisora y Coordinadora

Gobernación de Caldas

Julián Gutiérrez Botero - Gobernador de Caldas

Patricia del Pilar Ruíz Vera - Secretaria de Desarrollo Económico

Jorge Andrés Gómez Escudero - Secretario de Gobierno

Martín Augusto Durán Céspedes - Secretario Integración y Desarrollo Social

José Bernardo González Betancurth - Secretario Cultura

Elisabeth Pinilla – Supervisora Secretaria de Gobierno

María Clemencia Montoya - Supervisora Secretaria de Cultura

John Emil Muñoz - Supervisor Secretaria de Desarrollo Económico

Dora Constanza Cardona - Supervisora Secretaría de Integración y Desarrollo Social

Alcaldía de Manizales

Jorge Eduardo Rojas Giraldo - Alcalde

Claudia Marcela Chica Valencia - Secretaria de Desarrollo Económico

María Carmenza Bermúdez- Supervisora Secretaria de Desarrollo Económico

Actuar Microempresas

Pedro Felipe Sogamoso Cardona - Director Ejecutivo

Carlos Alberto Vergara Salazar - Director Financiero y Administrativo

Laura Victoria Loaiza Londoño - Auxiliar Asistente administrativo y financiero



FORMATO

CODIGO: FORDES01
Documento vigente a partir de:
30/05/2015

Formulario de programas y
proyectos

VERSIÓN: 03

Página 1 de 35

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Fecha de diligenciamiento del Formato

Mayo 25 de 2015

Nombre

Promoción comercial de los artesanos de Caldas a través del uso de las tecnologías de información.

No. Identificación

890 800 947-1

Año de Constitución de la Organización

1946

Tipo de Organización

Privada

Domicilio de la Organización

Dirección: Calle 56 # 24-25 Barrio Belén

Teléfono(s)

881 4033 Ext 102 o 109

Contacto electrónico:

Correo electrónico: coordinadorproyectos@fenalcocaldas.com – direccion@fenalcocaldas.com

Página Web: www.fenalcocaldas.com

Representante Legal

Gloria Patricia Arias Pimienta – Directora Ejecutiva

Identificación

30.274.764 de Manizales

Responsable del Proyecto

Alejandro Agudelo Holguín, Enlace Regional Laboratorio Artesanías Unidad Caldas - Subgerencia de Desarrollo - aagudelo@artesaniasdecolombia.com.co

Leidy Yohana Agudelo Raigosa, Directora Fomento Empresarial - coordinadorproyectos@fenalcocaldas.com

II PERFIL DEL PROYECTO

Título del Proyecto

“Aunar esfuerzos técnicos, humanos, administrativos, financieros, logísticos y de asistencia técnica para contribuir a la promoción comercial de los artesanos del Departamento de Caldas a través del uso de las TIC”.

Resumen del Proyecto

Descripción

CHEC S.A dentro de su estrategia de competitividad y crecimiento empresarial viene desarrollando procesos de impacto regional que permitan generar territorios sostenibles, es por ello que con el apoyo de Innpulsa Colombia ejecuto en el año 2014 el proyecto denominado “CHEC impulsa las mipymes digitales por medio de las TIC” proceso que permitió desarrollar una plataforma tecnológica de geomarketing y georeferenciación en la cual los empresarios pueden dar a conocer sus ofertas comerciales, sus productos más representativos y su empresa a sus consumidores locales y regionales. FENALCO Caldas como gremio de los comerciantes y mipymes del departamento fue la empresa consultora escogida por la CHEC para que desarrollara el proyecto durante los años 2013 – 2015.

Ubicación Geográfica

Municipios: Aguadas, Riosucio, Anserma, Pensilvania, Marmato y Manizales


Presupuesto

Valor del Proyecto \$ **200.000.000**

Aportes FENALCO \$ **100.0000.000** en efectivo

Aporte Artesanías de Colombia \$ **100.000.000** en efectivo

Duración

 artesanías de colombia	FORMATO Formulario de programas y proyectos	CODIGO: FORDES01 Documento vigente a partir de: 30/05/2015	
		VERSIÓN: 03	Página 3 de 35

10 meses. No obstante, Fenalco Caldas se compromete a mantener publicados los artesanos beneficiarios durante un término de cinco años, en la medida en que cumplan con los requisitos que se establecen para ello.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El hacer cosas con las manos es uno de los artes más antiguos y más hermoso que existe; en Colombia los artesanos juegan un papel muy importante por su alta representación en el comercio y por la diversidad de artesanías que se tiene; también porque sus productos son bienes de exportación, para dar a conocer y para vender; las tecnologías de la información se vuelven un aliado importante en la comercialización de los productos artesanales; a través del marketing digital se hacen visibles los productos y se puede llegar a diferentes consumidores lo que genera un buen ingreso en las ventas de los artesanos.

Durante los últimos 5 años en Colombia el gobierno le ha dado una alta importancia a tener una Colombia Digital y Caldas no se ha quedado atrás desde su capital Manizales se quiere llegar a tener una ciudad inteligente con conectividad y uso de herramientas tecnológicas en procesos empresariales; por esta razón los artesanos de Caldas deben entrar en la era de la tecnología y crecer a la par de la región.

Cumpliendo con este objetivo se desarrolló el portal www.laofertaquequieres.com como una herramienta de posicionamiento que en complemento con estrategias de geomarketing y georeferenciación permitirá al artesano tecnificar su trabajo pero sin dejar sus raíces, tener un mercado objetivo y así llegar más fácil a los clientes con las ofertas. Para ello el portal web cuenta con una categoría denominada Joyería y artesanías que facilitara el cumplimiento de este objetivo.




ANTECEDENTES

FENALCO Caldas es el gremio encargado de representar, fomentar y proteger los intereses del empresario del comercio de la región, en su mayoría integrados por mipymes, algunos de los cuales son impactados por este proyecto, en el cual participan 700 empresarios de Manizales y Villamaría. FENALCO cuenta con una experiencia en el trabajo con empresarios del sector comercial de más 40 años, lo que le permite conocer e identificar sus necesidades, tendencias y comportamientos, gracias a esta trayectoria FENALCO Caldas fue contratado por CHEC S.A para coordinar el proyecto denominado “CHEC iNNpulsas las mipymes digitales” durante los 18 meses de duración que tuvo este.

El objetivo central del proyecto consiste en que las Mipymes actuales y futuras puedan realizar geomarketing¹ a través de la promoción y difusión de sus productos mediante el portal ***www.laofertaquequieres.com***, esta página web se encuentra de cara al consumidor, el cual podrá ubicar las estrategias comerciales (descuentos, promociones y ofertas) de los empresarios participantes, escoger entre 9 sectores comerciales el que más sea de su interés (artesanías y joyería, alimentos, calzado y cuero, textiles y confecciones, entre otros) y conocer donde se

¹ Herramienta de marketing que permite analizar la situación de un negocio mediante la localización exacta de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, localizándolos sobre un mapa digital a través de símbolos y colores personalizados.

El mapa digital permite a los comerciantes o dueños de empresas analizar los datos por región geográfica o la ubicación física específica (como una tienda en particular) - <http://marketingenredessociales.com/>

	FORMATO Formulario de programas y proyectos	CODIGO: FORDES01 Documento vigente a partir de: 30/05/2015	
		VERSIÓN: 03	Página 5 de 35

encuentran ubicadas las empresas de su gusto, para que mediante el llamado a la acción que desarrolla el empresario se generen compras.




Para que el portal exista fue necesario articularlo con un sistema de información o plataforma tecnológica dispuesta para tal fin denominada **www.soyempresariodigital.com**, a la cual acceden solo los empresarios a través de conexión a internet y en la cual suben sus productos, campañas comerciales e información de la empresa, esta plataforma que integra georeferenciación², contiene los mapas con la localización geográfica de sus posibles clientes, por el momento un total de 10083 de todos los estratos y sectores geográficos de la Manizales y Villamaría, a los cuales el empresario puede hacerles llegar información de los productos o servicios que oferta mediante correos electrónicos y redes sociales, lo cual es denominado geomarketing.

² Proceso que nos permite agregar coordenadas geográficas a la base de datos para que pueda ser visualizada en un mapa. Agregamos dirección, barrio y municipio. Con la posibilidad de localizar cada registro en un mapa, logrando que cualquier proceso se pueda planificar y cumplir con precisión. La dimensión geográfica de la información es lo que le da valor operativo a la data.



El geomarketing es una disciplina que permite contar con información adicional para la toma de decisiones de negocio, a través de la confluencia del marketing y la localización geográfica, para analizar la situación de un negocio mediante la localización sobre un mapa digital de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia. Este tipo de análisis es denominado "análisis geoespacial". Estos estudios no son utilizados actualmente por las Mipymes, ya que no cuentan con las herramientas necesarias para realizarlas, por tal razón se dota a las Mipymes de una plataforma tecnológica que les permita realizar procesos de geomarketing y georeferenciación de sus productos y servicios a clientes potenciales en su área de influencia comercial.

Este esquema busca mantener informado a los clientes potenciales de las Mipymes sobre sus promociones, nuevos productos y demás ofertas comerciales, convirtiéndose en un canal adicional de comercialización soportado por tecnologías de información y comunicación. Una vez cargada la información en la plataforma, el sistema generará los reportes de los productos para enviar a los clientes potenciales de las Mipymes las ofertas. Esta información le llegará al cliente a través de correo electrónico y/o redes sociales indicándoles principalmente el nombre de la Mipyme, su ubicación geográfica y sus productos a promocionar. Los clientes también pueden ingresar al portal

	FORMATO Formulario de programas y proyectos	CODIGO: FORDES01 Documento vigente a partir de: 30/05/2015	
		VERSIÓN: 03	Página 7 de 35

web con el propósito de ampliar la información de las Mipymes y para calificar los productos o servicios de éstas.


Para posicionar estratégicamente el portal web laofertaquequieres.com en los consumidores se generaron procesos de posicionamiento en el mercado online, actividades de BTL entre posibles clientes y sensibilización constante de nuevas mipymes para que nutran la ubicación y actualización constante de ofertas.

Por esta razón CHEC y FENALCO Caldas decidieron generar una alianza que permita financiar el proyecto desde el mes de agosto de 2015 hasta agosto de 2020, procurando la sostenibilidad de esta herramienta y cumplir el reto de convertir el portal www.laofertaquequieres.com en la red de oferta más grande de la región con campañas comerciales de productos novedosos y de buena calidad, que permita generar el reconocimiento de los clientes potenciales que se encuentren en el área de influencia de las mipymes.



FUNDAMENTOS

FENALCO Caldas, busca por medio de estrategias formativas, comerciales y sociales, garantizar el desarrollo y bienestar social de los productores artesanales y empresarios del comercio regional enfocándose en:

 artesanías de colombia	FORMATO Formulario de programas y proyectos	CODIGO: FORDES01 Documento vigente a partir de: 30/05/2015	
		VERSIÓN: 03	Página 8 de 35

Fomentar empresarial: Impulsar el crecimiento organizado del comercio artesanal de la región, mediante la implementación de programas y proyectos de asistencia técnica en sitio, formación empresarial y formación ontológica de los empresarios.

Desarrollo comercial: Fortalecer y desarrollar el eslabón comercial de los artesanos de la región para que sea visto como un proceso estratégico que genera propuestas de valor para los clientes actuales y consumidores potenciales de sus productos.


Apropiación digital: Generar propuestas de trabajo basados en la inclusión, apropiación e implementación de TIC en el comercio y sector artesanal regional que impulsen su crecimiento por medio de actividades de sensibilización, asistencia técnica y formación generando así un sector empresarial más rentable, innovador y competitivo que genere valor a clientes y consumidores.

UNIVERSO OBJETIVO

220 artesanos en el Departamento de Caldas pertenecientes a los municipios de Aguadas, Riosucio, Anserma, Pensilvania, Marmato y Manizales.

Se impactaran 220 artesanos a los cuales se les dará información del proyecto, se capacitaran sobre las estrategias que el marketing moderno tiene a su alcance, de forma tal que les permita identificar la importancia de empezar a usar la tecnología como una herramienta que les ayude a incrementar sus ventas y darles una sensibilización de lo que es la era tecnológica y las redes sociales, el número es significativo teniendo en cuenta la gran participación de artesanos en el Departamento de Caldas.

Somos conscientes que los 220 artesanos al final del proceso antes mencionado no van a participar en una segunda etapa que debe incluir el uso de la plataforma tecnológica, las redes sociales y la visita al portal web, por eso tenemos como objetivo del proyecto que por lo menos 100 artesanos sean activados en la plataforma www.soyempresariodigital.com y el portal web www.laofertaquequieres.com. En los demás (120) generar la inquietud por empezar a utilizar otros medios que les facilite la comercialización de sus productos, esperamos que los que no ingresen a la plataforma lo hagan el próximo año y tener así una buena cobertura en el portal www.laofertaquequieres.com de artesanos de Caldas.

	FORMATO Formulario de programas y proyectos	CODIGO: FORDES01 Documento vigente a partir de: 30/05/2015	
		VERSIÓN: 03	Página 9 de 35

III. Estrategia del Proyecto

Orientación de la Propuesta

Fortalecer mediante el uso y apropiación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) a 6 municipios del departamento de Caldas de una manera integral, fortaleciendo a sus artesanos en el uso de herramientas tecnológicas que genere un desarrollo estratégico y sostenible entre ellos.

Impactos Esperados

- Generar apropiación de las TIC en los artesanos para que estas sean vistas como un medio de comercialización y posicionamiento de los productos artesanales de la región.
- Posicionar la página web www.laofertaquequieres.com como la red de ofertas más grande en la región durante los próximos 5 años con proyección nacional.
- Generar visibilidad de los productos artesanales y la consecución de potenciales clientes que mejoren sus ingresos.
- Posicionar cada uno de los municipios impactados a través de la promoción y comercialización de sus atractivos artesanales, gastronómicos y culturales.
- Generar compras de impacto en el cliente, que le permitan conocer el proceso de producción, historia y raíces de cada producto artesanal.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

1. Artesanos

Para introducir con éxito en el mercado los productos artesanales de los seis municipios a impactar FENALCO Caldas a través del desarrollo del proyecto debe generar apropiación digital en el artesano, para ello realizara actividades de:

- **Sensibilización:** Especificando las ventajas que ofrece la plataforma, el portal web y las redes sociales en la consecución de nuevos mercados mediante el geomarketing y la georeferenciación.

- **Capacitación:** En el uso de internet, redes sociales, generación de pensamiento estratégico, entre otras.
- **Acompañamiento en sitio a los artesanos:** Los artesanos a través del acompañamiento directo y telefónico deben aprender a utilizar la plataforma tecnológica www.soyempresariodigital.com la cual ofrece funciones importantes para que el geomarketing mezclado con la georeferenciación pueda generar pensamiento estratégico en el artesano.

En la plataforma las empresas podrán:



Ubicar con detalle toda la información del artesano, su empresa y los productos que fabrica, definir su ubicación y el perfil del cliente que le interesa que se entere de sus productos o campañas comerciales.

Para que el artesano sea visible la plataforma cuenta actualmente con la información de 10083 hogares divididos por estrato y sectores geográficos de Manizales y Villamaria y traducidos en información estratégica a través de geomarketing. El proyecto tiene contemplado generar nuevos estudios en consumidores que permita construir una gran base de datos sobre tendencias de consumo, gustos y preferencias del mercado.

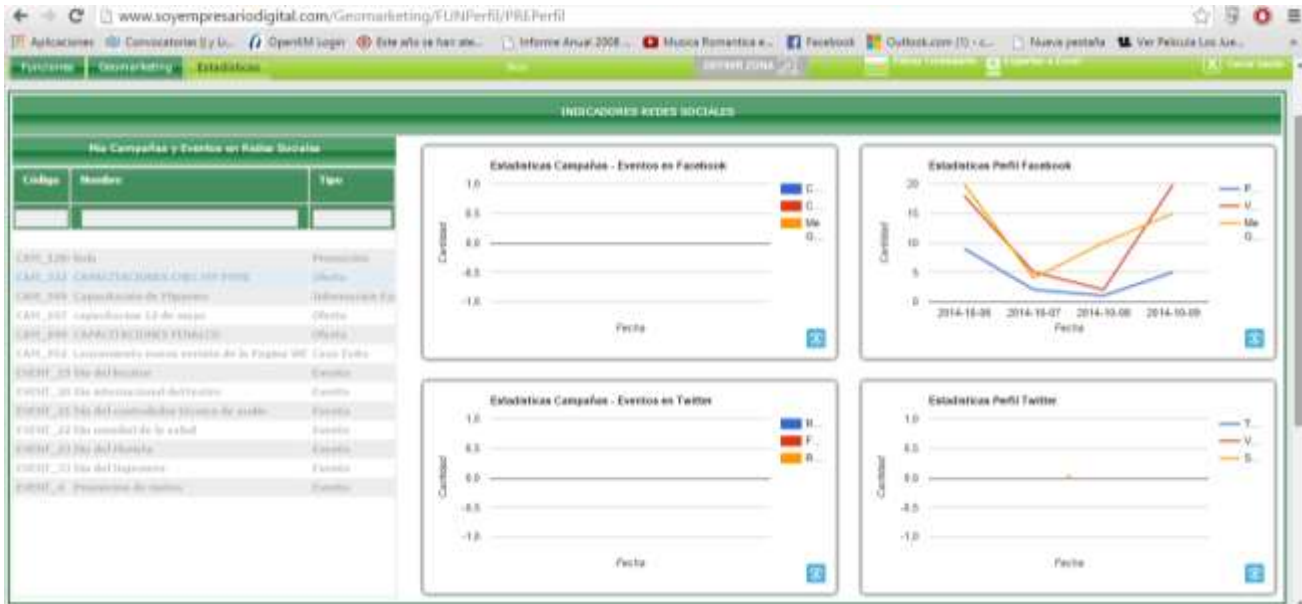


A la vez se le enseñara mediante acompañamiento a ir organizando su propia base de clientes, para que estos sean los primeros en enterarse de la existencia en el mercado del artesano y a medida que se creen nuevos productos poder ofrecerlos a través de correo electrónico y redes sociales.



El artesano, FENALCO Caldas y Artesanías de Colombia podrán conocer las estadísticas de posicionamiento que los productos o empresas tengan en: Facebook – twitter – la página web (www.laofertaquequieres.com) y la evolución en clientes.

Cabe mencionar que durante los 10 meses de duración del proyecto el equipo de profesionales analizara esta información y la compartirá con el artesano a fin de generar acercamiento con la página, pero luego de finalizado y con las herramientas dadas el artesano debe analizarlas y tomar decisiones de mercado por sí solo.



Por último la plataforma también permitirá a cada una de las entidades a cargo del proyecto y al artesano conocer el estado de sus ventas después de formar parte del proyecto y publicar en el portal, es decir conocer si la plataforma contribuyo a este aumento.

En este proceso es importante el compromiso y sinceridad del artesano con el proyecto, pues debe entregar información actualizada de sus ventas antes y después que permitan generar análisis sobre su condición en el proyecto.



The screenshot shows a web form for recording sales. The form is titled 'VENTA DE LA MOPINE' and includes the following fields: 'Código de la Venta', 'Monto Venta', 'Código de la Máquina', and 'Fecha Registro'. There is also a section for 'Información Complementaria'. At the bottom, there are buttons for 'Descargar Archivo CSV Ventas' and 'Subir Archivo CSV Ventas'. The form is part of a larger system with a navigation menu on the left and a breadcrumb trail at the top.

Adicional a esto FENALCO contara con un equipo de profesionales que cuentan con la experiencia en el desarrollo de este proceso y generara acompañamiento hacia el artesano a través de: Correo electrónico, contacto telefónico, material impreso, capacitación, visita directa.

2. Página web

Dentro de las actividades de posicionamiento del portal o página web se contempla:

- Desarrollar campañas digitales en redes sociales (Facebook - twitter) que impacten los posibles clientes web las 24 horas del día (personas que compran y utilizan los medios digitales continuamente)
- Se contactara un experto en manejo de páginas web para generar el plan estratégico y plan de mercadeo del proyecto que permita conocer el campo de acción de la página y proyectar su crecimiento y posicionamiento en el tiempo.
- Se creara y desplegara un plan de comunicaciones que responda a las necesidades de los artesanos y la página web.
- Se utilizaran los diferentes eventos que FENALCO desarrolla durante el año para hacer presencia de marca.
- Actualmente la página web tiene un número de vistas de:

Nuevos usuarios	4.426
Usuarios Activos en un día	102
Usuarios link la Patria	162
Redes Sociales	683
Email	11
Porcentaje de Rebote	60.77%
Tiempo en la Página	03:48 min
Público Objetivo	24-35 años H-M

Página	Número de páginas vistas	Número de páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Entradas	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas
	9.022 % del total: 100,00 % (9.022)	6.580 % del total: 100,00 % (6.580)	00:02:45 Medio de la vista: 00:02:45 (0,00 %)	3.939 % del total: 100,00 % (3.939)	62,06 % Medio de la vista: 62,06 % (0,00 %)	43,66 % Medio de la vista: 43,66 % (0,00 %)
1. /	4.038 (44,76 %)	3.261 (49,86 %)	00:02:59	3.098 (78,65 %)	61,38 %	57,63 %
2. /comercio/	722 (8,00 %)	400 (6,08 %)	00:03:27	102 (2,59 %)	38,24 %	30,33 %
3. /alimentos/	644 (7,14 %)	349 (5,30 %)	00:02:46	55 (1,40 %)	50,91 %	27,80 %
4. /confeccion/	423 (4,69 %)	264 (4,01 %)	00:03:25	50 (1,27 %)	62,00 %	28,13 %
5. /salud-y-belleza/	348 (3,86 %)	226 (3,43 %)	00:03:03	75 (1,90 %)	62,67 %	39,08 %
6. /joyeria/	308 (3,41 %)	176 (2,67 %)	00:02:35	34 (0,86 %)	52,94 %	28,90 %
7. /cuero-y-calzado/	290 (3,21 %)	216 (3,28 %)	00:01:39	15 (0,38 %)	53,33 %	31,03 %
8. /muebles/	227 (2,52 %)	171 (2,60 %)	00:02:23	29 (0,74 %)	58,62 %	32,16 %
9. /servicios/	165 (1,83 %)	120 (1,82 %)	00:02:12	13 (0,33 %)	46,15 %	27,27 %
10. /metalmecanica/	136 (1,51 %)	103 (1,57 %)	00:02:11	17 (0,43 %)	52,94 %	28,68 %

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 1 - 10 de

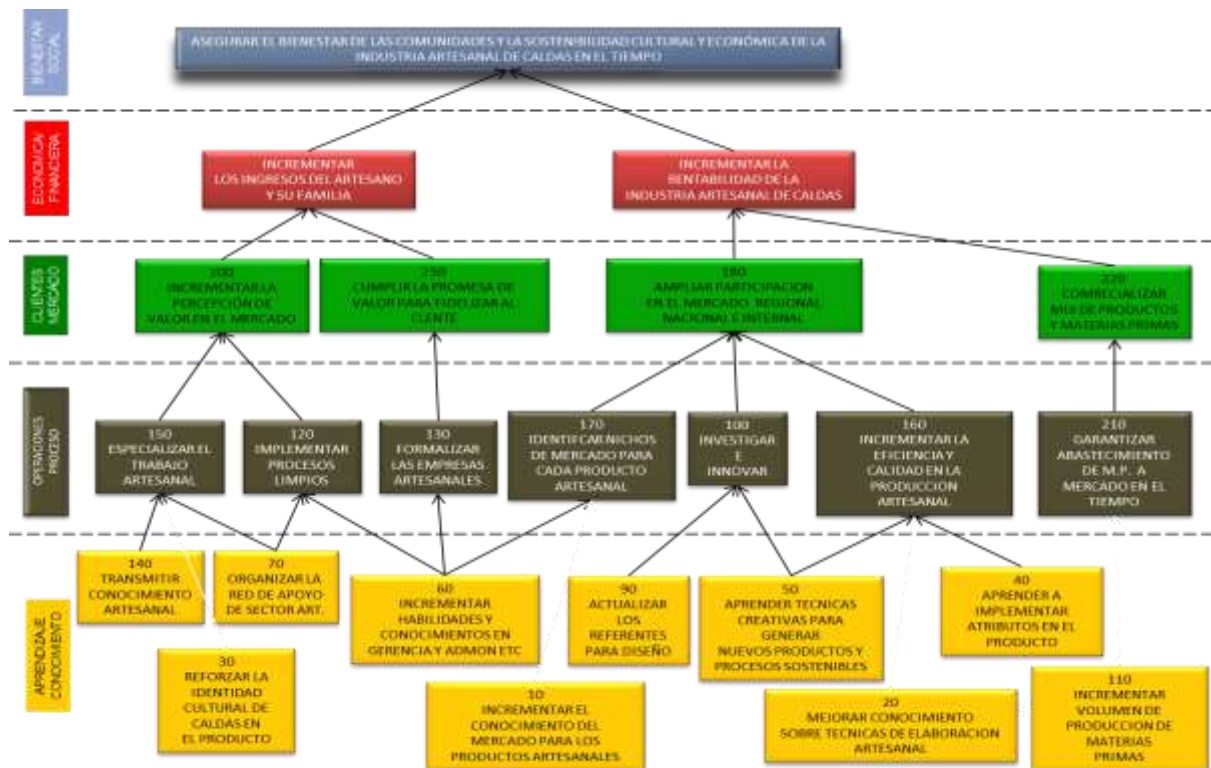


Estructura de Seguimiento y Control

La metodología para llevar a cabo este proceso se realizará mediante el estándar del PMI.

Inicio	Planeación	Ejecución	Seguimiento y control	Cierre
Asignación de responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Director de proyecto. - Líder T.I - Comunicación y publicidad. - Formadores (Profesional marketing digital) - Profesionales (Asistencia en sitio) - Contact Center 	Especificación detallada del trabajo y cronograma. Contratación del personal requerido. Agenda de trabajo de formadores y empresarios.	Actas de visitas. Formatos de asistencia. Documentos de apoyo para el óptimo desarrollo del proceso.	Evaluación periódica por parte de FENALCO a los artesanos. Generación de informes mensuales. Evidencias del impacto del portal en sector artesanal.	Medición de indicadores de las actividades del proceso. Verificación de entregables. Acta de cierre del proceso (Empesario - FENALCO) Acta de cierre proyecto.

MATRIZ DE MARCO LÓGICO



Tomado árbol de problemas identificados en el sector artesanal del departamento de Caldas en el año 2010

En cada uno de los municipios a intervenir, se presentan problemáticas particulares que ameritan darle continuidad al proceso de apoyo que se ha venido dado a las diferentes comunidades.

Al hacer una revisión de las principales causas se puede concluir lo siguiente:

1. Los artesanos requieren mejorar continuamente las capacidades tecnológicas, empresariales y comerciales para entregar mayor valor al mercado.
2. Se requiere incrementar los canales comerciales, para mejorar la percepción de valor de los productos artesanales y satisfacer mejor las necesidades de cliente, retenerlo y adquirir nuevos clientes.
3. Las empresas requieren reportar rendimientos financiero superior a los obtenidos actualmente.

ESTRUCTURA DE LA MATRIZ DE MARCO LOGICO

AGRUPADOR	COD	ACTIVIDAD	RESUMEN NARRATIVO	METAS	TIEMPO PLANEADO	Valor Total
1. Apropiación de la herramienta tecnológica por parte de las artesanos	A01	Ingresar nuevas empresas al proyecto pertenecientes al sector Artesanal	<p>1. Se ampliara cobertura a los empresarios artesanos de Caldas para los años 2015 y 2016 , las empresas del eje cafetero para los años 2017 y 2018 y se llevara a nivel nacional para los años 2019 y 2020, ciudades donde haga presencia la empresa EPM.</p> <p>2. Se hará sensibilización a los artesanos sobre la importancia de participar del proyecto.</p> <p>3. Se realizara la respectiva inscripción al proyecto, se solicitara entregar la documentación necesaria y firmar contrato.</p> <p>4. Se levantara diagnóstico comercial de los artesanos. Los artesanos que no hayan sido encuestados por el Sistema de información estadístico para la artesanía se les aplicara dicha encuesta.</p>	<p>220 Artesanos de los municipios de Aguadas, Riosucio, Anserma, Pensilvania, Marmato y Manizales, serán impactados por el proyecto para el año 2015.</p> <p>Al menos 100 serán activados en la plataforma www.laofertaquequieres.com</p>	Tres meses (3)	32.460.000

A02	Desarrollar procesos de fortalecimiento técnico comercial a las MIPYMES que ingresen al proceso.	<p>Se realizarán 7 capacitaciones sobre las siguientes temáticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia de la apropiación tecnológica (Sistemas básicos, Internet y redes sociales) 2. Estrategias comerciales y diseño de campañas (Centrado en la central de inteligencia) 3. Uso técnico de la plataforma. 4. Uso de herramientas de diseño 5. Técnicas de redacción 6. Aspectos claves del producto para su comercialización. 7. Logística. 	Capacitación a 220 artesanos por grupos de 20. En las siete (7) temáticas planteadas para los artesanos de los 6 municipios. Intensidad horaria programada de acuerdo a las necesidades de cada municipio.	Tres meses (3)	24.325.000
A03	Promover interrelación entre empresarios de la plataforma	<p>Redes de empresarios: Se desarrollarán gestiones con el objetivo de conformar redes de empresarios y artesanos dentro del proyecto donde los empresarios empiecen a fortalecer su sector mediante actividades de proveeduría y asociatividad.</p> <p>Rueda de negocios: Con el objetivo de generar nuevos negocios, promocionar los productos artesanales a nivel nacional e internacional, desarrollar relaciones asociativas, se realizará una Rueda de Negocios con compradores regionales, nacionales de tres ciudades de Colombia e internacionales de dos países de América. Coordinado con el enlace regional de Artesanías de Colombia.</p>	<p>Generación de negocios de comercialización y puntos de exhibición entre artesanos beneficiarios con 20 empresarios participantes del proyecto de los sectores del comercio (Turismo, calzado cuero y sus manufacturas y textiles y confecciones).</p> <p>Desarrollo de una rueda de negocios en la cual participen 2 compradores internacionales - 4 compradores Nacionales - 2 compradores Locales). Participación de 30 artesanos</p>	7 meses	27.000.000
				3 meses	

		<p>Actividades:</p> <p>Gestión: 1) Análisis sectorial de oferta y demanda de los para identificar compradores regionales, nacionales e internacionales y los sectores y empresarios locales que participaran en la rueda. Se tendrán en cuenta estudios de demanda existentes. 2) Invitación formal a los compradores a la rueda de negocios (2 internacionales - 4 Nacionales– 2 Locales), para generar intenciones de compra a corto y mediano plazo 3) Participación de máximo 30 artesanos, previa selección resultante del concurso de innovación y calidad, en el cual se seleccionaran por productos innovadores y de calidad. 4) Preparar a los artesanos a través de acompañamiento y capacitación para la participación exitosa en la rueda. Se seleccionaran los productos a presentar, portafolio, condiciones de venta, precio, cantidades disponibles y demás variables importantes para generar relaciones y negociaciones claras. 5) Logística del evento (recepción, lugar, agenda de cita, protocolo y clausura).</p> <p>Desarrollo</p> <p>1) Aplicar plan de medios para el evento. 2) Realizar seguimiento a resultados, contactos y negocios potenciales y/o efectivos resultantes de las agendas de negocio.</p>	<p>Desarrollo de procesos de capacitación empresarial y comercial a 30 artesanos. Generación de nuevos mercados y 15 negocios cerrados. Promoción de los productos artesanales de Caldas a nivel regional, nacional e internacional. Diseño y despliegue de un plan de medios para el evento.</p>	
--	--	--	---	--

	A04	Acompañamiento a artesanos de la región.	<p>Se coordinaran visitas de capacitación en sitio a los 100 artesanos inscritos en la plataforma con el fin de fortalecer su proceso en el proyecto y apoyar la construcción de ofertas comerciales que den a conocer la historia del producto, su tradición y etnología, y lograr plasmarlo en la campaña publicada.</p> <p>Temáticas del acompañamiento en sitio:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. manejo de la plataforma, construcción del microsítio y tips toma de fotografías a los productos artesanales 2. Manejo básico de contabilidad e inventarios 3. Uso estratégico de redes sociales 4. Diagnóstico de comportamiento en ventas y grado de aplicación de conocimientos adquiridos previamente. 5. Construcción de un banco de fotografías para cada artesano activo en la plataforma 	<p>4 horas de acompañamiento en sitio por artesano, un total de 400 horas para los 100 artesanos.</p> <p>Banco de fotografías de productos, artesanos y contexto: al menos 20 fotografías por cada artesano activo en la plataforma. 2000 fotos totales del sector artesanal al final del proyecto visibles en el portal web.</p>	Tres (3) meses	16.632.000
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Integrar un Contact Center	<p>La línea les brindara a los artesanos atención permanente acerca del proyecto y al consumidor acerca de la información publicada en la página web www.laofertaquequieres.com. y el estado de los productos a demandar.</p> <p>Brindar soporte de nivel 1 (básico) y nivel 2 (especializado) sobre la plataforma www.soyempresariodigital.com.</p>	<p>Atención al cliente de lunes a viernes de 7:30 am a 6:00pm dentro de la zona horaria (GTM – 05:00) Bogotá.</p> <p>Registro del Seguimiento al usuario final sobre resolución de PQR, evaluación de la calidad y pertinencia del servicio prestado.</p>	Diez (10) meses	15.000.000

	A06	Mantenimiento de infraestructura de servidores	Monitoreo permanente del servicio (portal y plataforma web) y disponibilidad del sistema de información. Actualización de dominios y requerimientos menores que no afecten la estructura inicial del sistema de información Geomarketing.	A través de la configuración de alertas automáticas, se vigila la continuidad del servicio 24 Horas por 7 días durante los 365 días del año. Reporte de actividades de soporte.	Diez (10) meses	18.550.000
	A07	Gestión de mejoras a la plataforma web www.soyempresariodigital.com	Pruebas de usabilidad con artesanos para conocer el manejo y adaptación con la plataforma web www.soyempresariodigital.com, e identificar cambios para mejorar la plataforma.	Reporte de 2 pruebas de usabilidad con mínimo 3 artesanos. Desarrollo de mejoras a la plataforma.	Tres (3) meses	1.200.000
3. Central de Inteligencia	A08	Desarrollo de estudios	Realizar estudios y análisis de consumidores que permitan fortalecer las campañas comerciales generadas por los artesanos y alimentar la Central de Inteligencia integrada a la plataforma www.soyempresariodigital.com	1 Estudio trimestral. Fortalecimiento capacidades comerciales del artesano	Dos (2) meses	2.400.000
	A09	Generación de pensamiento estratégico	Entregar tips empresariales con información de mercado que ayuden a los artesanos a generar mejores campañas comerciales y publicaciones en la plataforma de acuerdo a las necesidades identificadas del mercado.	2 informes comerciales centrados en la demanda, entregados a los artesanos. Entrega de 4 boletines en forma de tips comerciales a los artesanos	Diez (10) Meses	2.880.000

4. Sostenibilidad portal web	A10	Generación de un plan estratégico	Desarrollo de un plan estratégico que proyecte líneas de acción, modelos de negocio y responsables del proceso en un plazo de 3 años. Sostenibilidad durante seis meses del portal web (Recursos y contenidos)	Plan estratégico de la plataforma para tres años.	Un (1) meses	4.200.000
	A11	Generación plan de marketing estratégico	Desarrollo de un plan de marketing estratégico que proyecte el proceso de gestión de aliados y comercialización que debe tener el canal laofertaquequieres.com	Plan de marketing	Un (1) meses	500.000
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Administración página web.	1. La información debe gestionarse para que esta llegue a los usuarios de forma correcta y en tiempo real. 2. Actualización mensual de contenidos.	Seis actualizaciones de contenidos. Entrega de informes de google analytics	Diez (10) Meses	20.000.000

	A13	Visibilidad de la categoría "Artesanías" y productos artesanales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer llamado a la acción (activación del botón de compras, seguidores y registrarse) en cada uno de los fanpage de los artesanos. 2. Reporte de ranking de uso de la página y tiempo de estadía en la categoría artesanías, esto permitirá medir la aceptación de los clientes y desarrollar acciones de mejora. 3. Generar un espacio para el logo de Artesanías como entidad aliada con un hipervínculo a la página de los financiadores. 4. En el banner del home del portal se promocionaran las asociaciones y artesanos presentes y los productos mediante la publicación de fotografías y videos. 5. Creación de categoría denominada Artesanías, se diseñara un icono que identifique el sector. 6. Creación y diseño de banners relativos al sector artesanal ubicados en la página principal de la categoría. 7. Adaptación del mapa de georeferenciación a todo el departamento de Caldas, que permita identificar la ubicación de los productos artesanales generando una recordación del origen. 8. Creación de videos dirigidos a dar a conocer el sector artesanal: Su oficio, artesanos, productos y la institución de apoyo. Estos serán publicados en el portal web, plataforma y redes sociales. 	<p>Activación del botón de compras en facebook, seguidores y registrarse en el fan page de los 100 artesanos a manera de prueba piloto.</p> <p>Reportes de ranking de uso del portal y tiempo de estadía en los productos artesanales.</p> <p>Publicación de logos de "Artesanías" y productos artesanales en el portal web.</p> <p>Generación de tres videos con información del sector artesanal.</p> <p>Publicación de videos en el portal web</p>	Nueve (9) meses	11.570.000
--	-----	---	--	---	-----------------	------------

A14	Posicionamiento de marca y productos www.laofertaquequieres y categoría artesanías.	<p>Generar posicionamiento por medio del pago en pauta digital, en redes sociales:</p> <p>1. Conectar laofertaquequieres.com con los clientes web a través de actividades de posicionamiento en redes sociales twitter, youtube, instagram. Estrategia de SEO (Posicionamiento orgánico- SEO ONSITE- SEO OFFSITE), optimización y posicionamiento de palabras claves como "Artesanías" entre otras.</p> <p>2. Generación de campañas digitales que integren artesanos, página web y usuarios.</p> <p>3. Segmentación de usuarios que hagan uso de la tecnología y puedan ser potenciales compradores de productos artesanales.</p>	<p>PORTAL 500 usuarios impactados en los seis meses 250 usuarios clientes del portal en seis meses. 2500 Usuarios web Cinco (5) meses impacto Facebook</p> <p>Visibilidad de la categoría y el sector "Artesanías" en las redes sociales.</p>	Cinco (5) Meses	10.800.000
A15	Diseño y despliegue estrategia de comunicación, difusión y promoción	<p>Se generara un plan de comunicaciones que posicione ante usuarios y clientes la página web www.laofertaquequieres.com y la categoría de productos artesanales "Artesanía"</p> <p>Gestión de Free press</p>	Diseño y puesta en marcha de un plan de comunicaciones, difusión y promoción.	Diez (10) Meses	10.000.000
A16	Impresión de material publicitario	<p>Proceso de culturización digital: Sensibilización de clientes de los artesanos, explicando la operación del portal y el servicio de geomarketing, la activación del servicio, beneficios, productos artesanales ofertados, entre otros.</p> <p>Diseño de contenido de material para sensibilización de los clientes de la plataforma, categoría artesanías.</p>	<p>Impresión de material POP. Evidencia de la promoción y difusión del proyecto y el portal web, sus productos y sector artesanal.</p>	Cuatro (4) meses	2.483.000
TOTALES					200.000.000

BASE DE CÁLCULO DEL PRESUPUESTO

La base de Cálculo para el desarrollo del presupuesto, se realiza de manera municipalizada, con el fin de obtener datos relacionados a la inversión de acuerdo a cada una de las actividades realizadas para cumplir con los objetivos del proyecto

Base de cálculo Aguadas

Componente	Codigo Actividad	Descripción del recurso	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Aportes	
							Artesanías	FENALCO
1. Apropriación de la herramienta tecnológica por parte de las artesanos	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	163.500	1.308.000	654.000	654.000
		Equipo sensibilización y convocatoria	Agentes de convocatoria	4	122.727	490.909	245.455	245.455
		Director Proyecto	Mes	10	238.636	2.386.364	1.193.182	1.193.182
	A02	Equipo Formadores	Horas	25	70.000	1.750.000	875.000	875.000
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	163.500	1.635.000	1.635.000	
		Fotografo	mes	5	181.818	909.091		909.091
2. Soporte Sistema de Información	A04	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	654.000	2.616.000	1.308.000	1.308.000
		Contact Center	mes	10	170.455	1.704.545		1.704.545
3. Central de Inteligencia	A05	Contact Center	mes	10	170.455	1.704.545		1.704.545
	A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	210.795	2.107.955		2.107.955
	A07	Paquete de horas para mejoras	Horas	3	40.000	136.364		136.364
4. Sostenibilidad portal web	A08	Estudios Generados	Estudios	2	136.364	272.727	231.364	41.364
	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	5	60.000	327.273	163.636	163.636
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A10	Plan estrategico	Mes	1	477.273	477.273		477.273
	A11	Estudio Marketing Estrategico	Profesional Mercadeo	1	56.818	56.818		56.818
	A12	Lider T.I	Mes	10	227.273	2.272.727	1.136.364	1.136.364
	A13	Publicista	Horas	25	35.000	875.000		875.000
	A14	Campaña	Mes	4	306.818	1.227.273	1.136.332	90.941
TOTAL	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Plan de Medios	1	1.136.364	1.136.364	681.818	454.545
	A16	Material impreso	Material impreso	141	2.000	282.273	282.273	
TOTAL						21.971.955	9.542.423	12.429.532

Base de cálculo Riosucio

AGRUPADOR	COD	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			APORTE	
				Cantidad	V.U	V.T	Artesanías	FENALCO Caldas
1. Apropriación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	75.500	604.000	302.000	302.000
		Equipo sensibilización y convocatoria	Agentes de convocatoria	4	196.364	785.455	392.727	392.727
		Director Proyecto	Mes	10	381.818	3.818.182	1.909.091	1.909.091
	A02	Equipo Formadores	Horas	40	70.000	2.800.000	1.400.000	1.400.000
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	75.500	755.000	755.000	
	A04	Fotografo	mes	5	290.909	1.454.545		1.454.545
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	302.000	1.208.000	604.000	604.000
		Contact Center	mes	10	272.727	2.727.273		2.727.273
	A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	337.273	3.372.727		3.372.727
	A07	Paquete de horas para mejoras	Horas	5	40.000	218.182		218.182
	A08	Estudios Generados	Estudios	2	218.182	436.364	370.182	66.182
	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	9	60.000	523.636	261.818	261.818
4. Sostenibilidad portal web	A10	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	763.636	763.636		763.636
	A11	Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estrategico	1	90.909	90.909		90.909
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Lider T.I	Mes	10	363.636	3.636.364	1.818.182	1.818.182
		Publicista	Horas	40	35.000	1.400.000		1.400.000
	A14	Campaña	Mes	4	490.909	1.963.636	1.818.131	145.505
	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	1.818.182	1.818.182	1.090.909	727.273
	A16	Material impreso	Material impreso	226	2.000	451.636	451.636	
TOTALES						28.827.727	11.173.676	17.654.051

Base de cálculo Anserma

AGRUPADOR	COD	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			APORTE	
				Cantidad	V.U	V.T	Artesanías	FENALCO Caldas
1. Apropiación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	71.500	572.000	286.000	286.000
		Equipo sensibilización y convocatoria	Agentes de convocatoria	4	122.727	490.909	245.455	245.455
		Director Proyecto	Mes	10	238.636	2.386.364	1.193.182	1.193.182
	A02	Equipo Formadores	Horas	25	70.000	1.750.000	875.000	875.000
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	71.500	715.000	715.000	
	A04	Fotógrafo	mes	5	181.818	909.091		909.091
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	286.000	1.144.000	572.000	572.000
		Contact Center	mes	10	170.455	1.704.545		1.704.545
	A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	210.795	2.107.955		2.107.955
	A07	Paquete de horas para mejoras	Horas	3	40.000	136.364		136.364
	A08	Estudios Generados	Estudios	2	136.364	272.727	231.364	41.364
4. Sostenibilidad portal web	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	5	60.000	327.273	163.636	163.636
	A10	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	477.273	477.273		477.273
		Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estratégico	1	56.818	56.818		56.818
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Líder T.I	Mes	10	227.273	2.272.727	1.136.364	1.136.364
	A13	Publicista	Horas	25	35.000	875.000		875.000
	A14	Campaña	Mes	4	306.818	1.227.273	1.136.332	90.941
	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	1.136.364	1.136.364	681.818	454.545
	A16	Material impreso	Material impreso	141	2.000	282.273	282.273	
TOTALES						18.843.955	7.518.423	11.325.532

Base de cálculo Pensilvania

AGRUPADOR	COD	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			APORTE	
				Cantidad	V.U	V.T	Artesanías	FENALCO Caldas
1. Apropiación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	155.500	1.244.000	622.000	622.000
		Equipo sensibilización y convocatoria	Agentes de convocatoria	4	122.727	490.909	245.455	245.455
		Director Proyecto	Mes	10	238.636	2.386.364	1.193.182	1.193.182
	A02	Equipo Formadores	Horas	25	70.000	1.750.000	875.000	875.000
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	155.500	1.555.000	1.555.000	
	A04	Fotografo	mes	5	181.818	909.091		909.091
	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	622.000	2.488.000	1.244.000	1.244.000	
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Contact Center	mes	10	170.455	1.704.545		1.704.545
	A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	210.795	2.107.955		2.107.955
	A07	Paquete de horas para mejoras	Horas	3	40.000	136.364		136.364
	A08	Estudios Generados	Estudios	2	136.364	272.727	231.364	41.364
	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	5	60.000	327.273	163.636	163.636
4. Sostenibilidad portal web	A10	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	477.273	477.273		477.273
	A11	Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estrategico	1	56.818	56.818		56.818
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Lider T.I	Mes	10	227.273	2.272.727	1.136.364	1.136.364
		Publicista	Horas	25	35.000	875.000		875.000
	A14	Campaña	Mes	4	306.818	1.227.273	1.136.332	90.941
	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	1.136.364	1.136.364	681.818	454.545
	A16	Material impreso	Material impreso	141	2.000	282.273	282.273	
TOTALES						21.699.955	9.366.423	12.333.532

Base da calculo Marmato

AGRUPADOR	COD	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			APORTE	
				Cantidad	V.U	V.T	Artesanías	FENALCO Caldas
1. Apropriación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	73.500	588.000	294.000	294.000
		Equipo sensibilización y convocatoria	Agentes de convocatoria	4	122.727	490.909	245.455	245.455
		Director Proyecto	Mes	10	238.636	2.386.364	1.193.182	1.193.182
	A02	Equipo Formadores	Horas	25	70.000	1.750.000	875.000	875.000
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	73.500	735.000	735.000	
	A04	Fotografo	mes	5	181.818	909.091		909.091
		Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	294.000	1.176.000	588.000	588.000
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Contact Center	mes	10	170.455	1.704.545		1.704.545
	A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	210.795	2.107.955		2.107.955
	A07	Paquete de horas para mejoras	Horas	3	40.000	136.364		136.364
	A08	Estudios Generados	Estudios	2	136.364	272.727	231.364	41.364
	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	5	60.000	327.273	163.636	163.636
4. Sostenibilidad portal web	A10	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	477.273	477.273		477.273
	A11	Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estrategico	1	56.818	56.818		56.818
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Lider T.I	Mes	10	227.273	2.272.727	1.136.364	1.136.364
		Publicista	Horas	25	35.000	875.000		875.000
	A14	Campaña	Mes	4	306.818	1.227.273	1.136.332	90.941
	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	1.136.364	1.136.364	681.818	454.545
	A16	Material impreso	Material impreso	141	2.000	282.273	282.273	
TOTALES						18.911.955	7.562.423	11.349.532

Base de cálculo Manizales

AGRUPADOR	COD	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			APORTE	
				Cantidad	V.U	V.T	Artesanías	FENALCO Caldas
1. Apropiación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	353.000	2.824.000	1.412.000	1.412.000
		Equipo sensibilización y convocatoria	Mes	4	392.727	1.570.909	785.455	785.455
		Director Proyecto	Mes	10	763.636	7.636.364	3.818.182	3.818.182
	A02	Equipo Formadores	Horas	80	70.000	5.600.000	2.800.000	2.800.000
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	353.000	3.530.000	3.530.000	
	A03	Rueda de negocio	Evento	1	27.000.000	27.000.000	27.000.000	
	A04	Fotografo	mes	5	581.818	2.909.091		2.909.091
Gastos de viaje y desplazamiento		Visitas	4	-	-	-		
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Contact Center	mes	10	545.455	5.454.545		5.454.545
	A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	674.545	6.745.455		6.745.455
	A07	Paquete de horas para mejoras	Horas	11	40000	436.364		436.364
	A08	Estudios Generados	Estudios	2	436.364	872.727	740.364	132.364
	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	17	60.000	1.047.273	523.636	523.636
4. Sostenibilidad portal web	A10	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	1.527.273	1.527.273		1.527.273
	A11	Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estrategico	1	181.818	181.818		181.818
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Líder T.I	Mes	10	727.273	7.272.727	3.636.364	3.636.364
	A13	Diseño videos	Videos	3	1.290.000	3.870.000	3.870.000	
		Publicista	Horas	80	35.000	2.800.000		2.800.000
	A14	Campaña	Mes	4	981.818	3.927.273	3.636.262	291.011
	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	3.636.364	3.636.364	2.181.818	1.454.545
A16	Material impreso	Material impreso	452	2.000	903.273	903.273		
TOTALES						89.745.455	54.837.353	34.908.102

Base de calculo General

AGRUPADOR	COD	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			APORTE		
				Cantidad	V.U	V.T	Artesanías de Colombia	FENALCO Caldas	
1. Apropiación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	892.500	7.140.000	3.570.000	3.570.000	
		Equipo sensibilización y convocatoria	Mes	4	1.080.000	4.320.000	2.160.000	2.160.000	
		Director Proyecto	Mes	10	2.100.000	21.000.000	10.500.000	10.500.000	
	A02	Equipo Formadores	Horas	220	70.000	15.400.000	7.700.000	7.700.000	
		Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	892.500	8.925.000	8.925.000	-	
	A03	Evento	Evento	1	27.000.000	27.000.000	27.000.000	-	
	A04	Fotógrafo	mes	5	1.600.000	8.000.000	-	8.000.000	
		Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	654.000	2.616.000	1.308.000	1.308.000	
		Aguadas	Visitas	4	302.000	1.208.000	604.000	604.000	
		Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	4	286.000	1.144.000	572.000	572.000	
		Anserma	Visitas	4	622.000	2.488.000	1.244.000	1.244.000	
		Pensilvania	Visitas	4	294.000	1.176.000	588.000	588.000	
		Marmato	Visitas	-	-	-	-	-	
		Gastos de viaje y desplazamiento	Manizales	Visitas	-	-	-	-	
	2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Contact Center	mes	10	1.500.000	15.000.000	-	15.000.000
		A06	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	1.855.000	18.550.000	-	18.550.000
A07		Paquete de horas para mejoras	Horas	30	40.000	1.200.000	-	1.200.000	
3. Central de Inteligencia	A08	Estudios Generados	Estudios	2	1.200.000	2.400.000	2.036.000	364.000	
	A09	Profesional en Comunicaciones	Horas	48	60.000	2.880.000	1.440.000	1.440.000	
4. Sostenibilidad portal web	A10	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	4.200.000	4.200.000	-	4.200.000	
	A11	Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estrategico	1	500.000	500.000	-	500.000	
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Lider T.I	Mes	10	2.000.000	20.000.000	10.000.000	10.000.000	
	A13	Diseño videos	Videos	3	1.290.000	3.870.000	3.870.000	-	
		Publicista	Horas	220	35.000	7.700.000	-	7.700.000	
	A14	Campaña	Mes	4	2.700.000	10.800.000	9.999.720	800.280	
	A15	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	10.000.000	10.000.000	6.000.000	4.000.000	
A16	Material impreso	Material impreso	1.242	2.000	2.484.000	2.484.000	-		
TOTALES						200.001.000	100.000.720	100.000.280	

CUADROS RESUMEN

Municipios	Presupuesto	Beneficiarios	
		Activos plataforma	Capacitados y sensibilizados
Aguadas	\$21.971.955	10	25
Riosucio	\$28.827.727	20	40
Anserma	\$18.843.955	10	25
Pensilvania	\$21.699.955	10	25
Marmato	\$18.911.955	10	25
Manizales	\$89.745.455	40	80
Total	\$200.001.000	100	220

Municipios	Honorarios	Gastos de viaje	Materiales	Profesionales	Evento	Total
Aguadas	\$3.486.364	\$5.559.000	\$3.055.000	\$9.871.591	\$0	\$21.971.955
Riosucio	\$5.578.182	\$2.567.000	\$4.888.000	\$15.794.545	\$0	\$28.827.727
Anserma	\$3.486.364	\$2.431.000	\$3.055.000	\$9.871.591	\$0	\$18.843.955
Pensilvania	\$3.486.364	\$5.287.000	\$3.055.000	\$9.871.591	\$0	\$21.699.955
Marmato	\$3.486.364	\$2.499.000	\$3.055.000	\$9.871.591	\$0	\$18.911.955
Manizales	\$11.156.364	\$6.354.000	\$13.646.000	\$31.589.091	\$27.000.000	\$62.745.455
Total	\$30.680.000	\$24.697.000	\$30.754.000	\$86.870.000	\$27.000.000	\$200.001.000

AGRUPADOR	COD	RESUMEN NARRATIVO	METAS	RECURSO	UNIDAD	AÑO 1			Artesanías de Efectivo	FENALCO Cálidas Efectivo	
						Cantidad	V.U.	V.T.			
1. Aproximación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A01	1. Se ampliará cobertura a los empresarios artesanos de Caldas para los años 2015 y 2016. Las empresas del eje cafetero para los años 2017 y 2018 y se llevará a nivel nacional para los años 2019 y 2020, ciudades donde haga presencia la empresa EPM. 2. Se hará sensibilización a los artesanos sobre la importancia de participar del proyecto. 3. Se realizará la respectiva inscripción al proyecto, se solicitará entregar la documentación necesaria y firmar de contrato. 4. Se levantará diagnóstico comercial de los artesanos. Los artesanos que no hayan sido encuestados por el Sistema de Información Estadístico para la artesanía se les aplicarán dicha encuesta.	220 Artesanos de los municipios de Municipios: Aguadas, Rioseco, Anserma, Pensilvania, Marmato y Manizales, serán impactados por el proyecto para el año 2015. Al menos 100 serán activados en la plataforma www.laofertaquequieres.com	Gastos de viaje y desplazamiento	Visitas	8	892.500	7.140.000	3.570.000	3.570.000	
				Equipo sensibilización y convocatoria	Agentes de convocatoria	4	1.080.000	4.320.000	2.160.000	2.160.000	
		Director Proyecto	Mes	10	2.100.000	21.000.000	10.500.000	10.500.000			
	A02	Se realizarán 7 capacitaciones sobre las siguientes temáticas: 1. Importancia de la apropiación tecnológica (Sistemas básicos, internet y redes sociales) 2. Estrategias comerciales y diseño de campañas (Centrado en la central de inteligencia) 3. Uso técnico de la plataforma. 4. Uso de herramientas de diseño 5. Técnicas de redacción 6. Aspectos claves del producto para su comercialización. 7. Logística.	Capacitación a 220 artesanos por grupos de 20. En las siete (7) temáticas planteadas para los artesanos de los 6 municipios. Intensidad horaria programada de acuerdo a las necesidades de cada municipio.	Equipo Formadores	Horas	220	70.000	15.400.000	7.700.000	7.700.000	
			Gastos de viaje y desplazamiento	Capacitaciones	10	892.500	8.925.000	8.925.000			
1. Aproximación de la herramienta tecnológica por parte de las Mipymes	A03	1. Redes de empresarios: Se buscarán redes de empresarios y artesanos dentro del proyecto donde los empresarios inicien a fortalecer su sector mediante actividades de proyección y asociatividad. 2. Rueda de negocios: Con el objetivo de generar nuevos negocios, promocionar los productos artesanales a nivel nacional e internacional, desarrollar relaciones asociativas, se realizará una Rueda de Negocios con compradores regionales, nacionales de tres ciudades de Colombia e internacionales de dos países de América. Coordinado con el enlace regional de Artesanías de Colombia. Actividades: Gestión: 1) Análisis sectorial de oferta y demanda de los para identificar compradores regionales, nacionales e internacionales y los sectores y empresarios locales que participaran en la rueda. Se tendrán en cuenta estudios de demanda existentes. 2) Invitación formal a la rueda de negocios (4 Nacionales-6 Locales), para generar intenciones de compra a corto y mediano plazo 3) Participación de máximo 30 artesanos, previa selección resultante del concurso de innovación y calidad, en el cual se seleccionaran por productos innovadores y de calidad. 4) Preparar a los artesanos a través de acompañamiento y capacitación para la participación exitosa en la rueda. Se seleccionaran los productos a presentar, portafolio, condiciones de venta, precio, cantidades disponibles y demás.	Creación de redes empresariales Posicionamiento del portal web Reconocimiento de los artesanos (presencia de marca y productos) Sentido de pertenencia de los artesanos hacia el proyecto y el portal. Generación de nuevos mercados y negocios. Promoción de los productos artesanales de Caldas a nivel regional, nacional e internacional.	Evento	Evento	1	27.000.000	27.000.000	27.000.000		
	A04	Se coordinarán visitas de capacitación in situ a los 100 artesanos inscritos en la plataforma con el fin de fortalecer su proceso en el proyecto y apoyar la construcción de ofertas comerciales que den a conocer la historia del producto, su tradición y etnología, y lograr plasmarlo en la campaña publicitada. Temáticas del acompañamiento in situ: 1. manejo de la plataforma, construcción del micrositio y tips toma de fotografías a los productos artesanales 2. Manejo básico de contabilidad e inventarios 3. Uso estratégico de redes sociales 4. Diagnóstico de comportamiento en ventas y grado de aplicación de conocimientos adquiridos previamente. 5. Construcción de un banco de fotografías para cada artesano activo en la plataforma	4 horas de acompañamiento in situ por artesano, un total de 400 horas para los 100 artesanos. Banco de fotografías de productos, artesanos y contexto: al menos 20 fotografías por cada artesano activo en la plataforma. 2000 fotos totales del sector artesanal al final del proyecto visibles en el portal web.	Fotógrafo	mes	5	1.600.000	8.000.000	-	8.000.000	
				Gastos de viaje y desplazamiento	Agudadas	4	654.000	2.616.000	1.308.000	1.308.000	
				Gastos de viaje y desplazamiento	Rioseco	4	302.000	1.208.000	604.000	604.000	
				Gastos de viaje y desplazamiento	Anserma	4	286.000	1.144.000	572.000	572.000	
				Gastos de viaje y desplazamiento	Pensilvania	4	622.000	2.488.000	1.244.000	1.244.000	
				Gastos de viaje y desplazamiento	Marmato	4	294.000	1.176.000	588.000	588.000	
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	La línea les brindará a los artesanos atención permanente acerca del proyecto y al consumidor acerca de la información publicada en la página web www.laofertaquequieres.com y el estado de los productos a demandar. Brindar soporte de nivel 1 (básico) y nivel 2 (especializado) sobre la plataforma www.soyempresariodigital.com.	Atención al cliente de lunes a viernes de 7:30 am a 6:00pm dentro de la zona horaria (GMT - 05:00) Bogotá. Registro del Seguimiento al usuario final sobre resolución de PCR, evaluación de la calidad y pertinencia del servicio prestado.	Contact Center	mes	10	1.500.000	15.000.000	-	15.000.000	
	A06	Monitoreo permanente del servicio (portal y plataforma web) y disponibilidad del sistema de información. Actualización de dominios y requerimientos menores que no afecten la estructura inicial del sistema de información Geomarketing.	A través de la configuración de alertas automáticas, se vigila la continuidad del servicio 24 horas por 7 días durante los 365 días del año. Reporte de actividades de soporte.	Soporte tecnico nivel 1	Mes	10	1.855.000	18.550.000		18.550.000	
	A07	Pruebas de usabilidad con artesanos para conocer el manejo y adaptación con la plataforma web www.soyempresariodigital.com, e identificar acciones para mejorar la plataforma.	Reporte de 2 pruebas de usabilidad con mínimo 3 artesanos. Desarrollo de mejoras a la plataforma.	Paquete de horas para mejoras	Horas	30	40.000	1.200.000	-	1.200.000	
4. Sostenibilidad portal web	A08	Realizar estudios y análisis de consumidores que permitan fortalecer las campañas comerciales generadas por los artesanos y alimentar la Central de Inteligencia integrada a la plataforma www.soyempresariodigital.com	1 Estudio semestral Fortalecimiento capacidades comerciales del artesano	Estudios Generados	Estudios	2	1.200.000	2.400.000	2.036.000	364.000	
	A09	Entregar tips empresariales con información de mercado que ayuden a los artesanos a generar mejores campañas comerciales y publicaciones en la plataforma de acuerdo a las necesidades identificadas del mercado.	2 Informes comerciales centrados en la demanda, entregados a los artesanos. Entrega de 4 boletines en forma de tips comerciales a los artesanos	Profesional en Comunicaciones	Horas	48	60.000	2.880.000	1.440.000	1.440.000	
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A10	Desarrollo de un plan estratégico que proyecte líneas de acción, modelos de negocio y responsables del proceso en un plazo de 3 años. Sostenibilidad durante seis meses del portal web (Recursos y contenidos)	Plan estratégico de la plataforma para tres años.	Director Proyecto Profesional en Mercadeo	Mes	1	4.200.000	4.200.000		4.200.000	
	A11	Desarrollo de un plan de marketing estratégico que proyecte el proceso de gestión de aliados y comercialización que debe tener el canal laofertaquequieres.com	Plan de marketing	Profesional Mercadeo	Estudio Marketing Estratégico	1	500.000	500.000		500.000	
	A12	1. La información debe gestionarse para que esta llegue a los usuarios de forma correcta y en tiempo real. 2. Actualización mensual de contenidos.	Seis actualizaciones de contenidos. Entrega de informes de google analytics	Lider T.I	Mes	10	2.000.000	20.000.000	10.000.000	10.000.000	
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A13	1. Hacer llamado a la acción (activación del botón de compras, seguidores y registrarse) en cada uno de los fanpage de los artesanos. 2. Reporte de ranking de uso de la página y tiempo de estadia en la categoría artesanías, esto permitirá medir la aceptación de los clientes y desarrollar acciones de mejora. 3. Generar un espacio para el logo de Artesanías como entidad aliada con un hipervínculo a la página de los financiadores. 4. En el banner del home del portal se promocionaran las asociaciones y artesanos presentes y los productos mediante la publicación de fotografías y videos. 5. Creación de categoría denominada Artesanías, se diseñara un icono que identifique el sector. 6. Creación y diseño de banners relativos al sector artesanal ubicados en la página principal de la categoría. 7. Adaptación del mapa de georeferenciación a todo el departamento de Caldas, que permita identificar la ubicación de los productos artesanales generando una recordación del origen. 8. Creación de videos dirigidos a dar a conocer el sector artesanal: Su oficio, artesanos, productos y la institución de apoyo. Estos serán publicados en el portal web, plataforma y redes sociales.	Activación del botón de compras en facebook, seguidores y registrarse en el fan page de los 100 artesanos a manera de prueba piloto. Reportes de ranking de uso del portal y tiempo de estadia en los productos artesanales. Publicación de logs de "Artesanías" y productos artesanales en el portal web. Generación de tres videos con información del sector artesanal. Publicación de videos en el portal web	Diseño videos	Videos	3	1.290.000	3.870.000	3.870.000		
	A14	1. Generar posicionamiento por medio del pago en pauta digital, en redes sociales: 1. Conectar laofertaquequieres.com con los clientes web a través de actividades de posicionamiento en redes sociales (twitter, youtube, instagram. Estrategia de SEO (Posicionamiento orgánico- SEO ONSITE, SEO OFFSITE), optimización y posicionamiento de palabras claves como "Artesanías" entre otras. 2. Generación de campañas digitales que integren artesanos, página web y usuarios. 3. Segmentación de usuarios que hagan uso de la tecnología y puedan ser potenciales compradores de productos artesanales.	PORTAL 500 usuarios impactados en los seis meses 250 usuarios clientes del portal en seis meses. 2500 Usuarios web Seis (6) meses impacto Facebook Visibilidad de la categoría y el sector "Artesanías" en las redes sociales.	Campaña	Mes	4	2.700.000	10.800.000	10.000.000	800.000	
	A15	Se generara un plan de comunicaciones que posicione ante usuarios y clientes la página web www.laofertaquequieres.com y la categoría de productos artesanales "Artesanía" Gestión de Free press	Diseño y puesta en marcha de plan de comunicaciones, difusión y promoción.	Despliegue estrategia de comunicación	Salida en medios	1	10.000.000	10.000.000	6.000.000	4.000.000	
	A16	Proceso de culturización digital: Sensibilización de clientes de los artesanos, explicando la operación del portal y el servicio de geomarketing, la activación del servicio, beneficios, productos artesanales ofertados, entre otros. Diseño de contenido de material para sensibilización de los clientes de la plataforma, categoría artesanías.	Impresión de material POP. Evidencia de la promoción y difusión del proyecto y el portal web, sus productos y sector artesanal.	Material Impreso	Material Impreso	1.242	2.000	2.483.000	2.483.000		
TOTALES									200.000.000	100.000.000	100.000.000



FORMATO

Formulario de programas y proyectos

CODIGO: FORDES01
Documento vigente a partir de:
30/05/2015

VERSIÓN: 03


Página 33 de 35

Fuentes de Financiación

Fuentes de financiación				
Artesanías de Colombia		FENALCO Caldas		Total proyecto
Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
100.000.000	0	100.000.000	0	200.000.000

Cronograma

AGRUPADOR	COD	ACTIVIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	
1. Apropiación de la herramienta tecnológica por parte de los artesanos	A01	Ingresar nuevas empresas al proyecto pertenecientes al sector Artesanal											
	A02	Desarrollar procesos de fortalecimiento técnico comercial a las MIPYMES que ingresen al proceso.											
	A03	Promover interrelación entre empresarios de la plataforma.											
		Desarrollo de una Rueda de Negocios											
A04	Acompañamiento a artesanos de la región.												
2. Soporte Sistema de Información Geomarketing	A05	Integrar un Contact Center											
	A06	Mantenimiento de infraestructura de servidores											
	A07	Gestión de mejoras a la plataforma web www.soyempresariodigital.com											
3. Central de Inteligencia	A08	Desarrollo de estudios											
	A09	Generación de pensamiento estratégico											
4. Sostenibilidad portal web	A10	Generación de un plan estratégico											
	A11	Generación plan de marketing estratégico											
5. Gestión y posicionamiento de la página web en la región.	A12	Administración página web.											
	A13	Visibilidad de la categoría "Artesanías" y productos artesanales.											
	A14	Posicionamiento de marca y productos											
	A15	Diseño y despliegue estrategia de comunicación, difusión y promoción											
	A16	Impresión de material publicitario											

 artesanías de colombia	FORMATO Formulario de programas y proyectos	CODIGO: FORDES01 Documento vigente a partir de: 30/05/2015	
		VERSIÓN: 03	Página 35 de 35

Atentamente

GLORIA PATRICIA ARIAS PIMIENTA
Directora Ejecutiva
FENALCO Caldas