



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

ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.

Direccionamiento Estratégico

Bogotá D.C., 2007



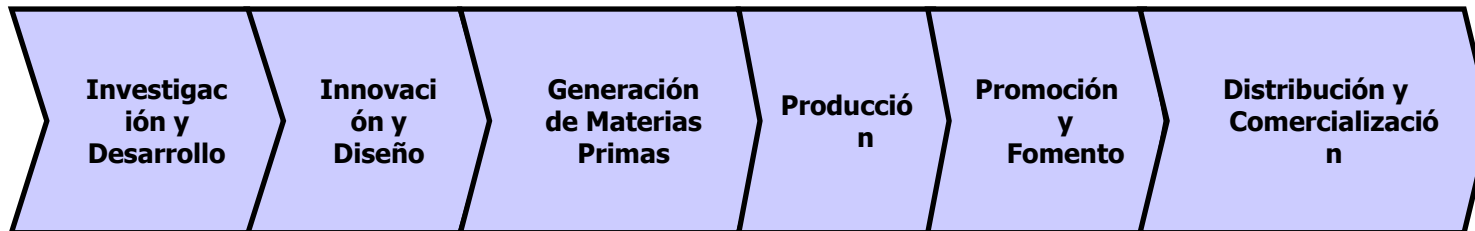
ANTECEDENTES

ARTESANÍAS DE COLOMBIA

Es la entidad de Promoción y Fomento del sector artesanal colombiano.

Misión: Promover el desarrollo del sector, impactando la siguiente cadena de valor por medio de sus líneas estratégicas de acción:

Cadena de Valor del sector artesanal



Medición de la gestión de ADC

Por sus resultados sociales.



RESPONDIENDO A SUS FRENTE DE ACCIÓN Y A LA ESTRATEGIA DEFINIDA POR LA JUNTA DIRECTIVA, ADC DEBE SER MÁS EFICIENTE PARA EL AÑO 2010

Frente de Acción	Objetivos
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar proyectos de investigación que permitan desarrollar nuevas técnicas, materias primas, tecnologías y métodos de producción para desarrollar el sector artesanal
DISEÑO E INNOVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos diferenciados con identidad, calidad y diseño que respondan a las expectativas del mercado y estimulen la demanda
CADENAS PRODUCTIVAS, CLUSTERS, REDES Y DESARROLLO DE COMUNIDADES ARTESANALES	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer organizacional y empresarialmente a grupos de artesanos • Generar herramientas que permitan la integración vertical y horizontal de la comunidad artesanal en la cadena de valor • Fortalecer e integrar las cadenas productivas artesanales al contexto regional y nacional para aumentar la competitividad de la artesanía colombiana • Garantizar el aprovechamiento y proveeduría sostenible de las materias primas y volúmenes de producción en el sector artesanal
PROMOCIÓN Y FOMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar eventos feriales a nivel nacional y con diferentes enfoques • Fortalecer los canales de comercialización y aumentar las ventas de artesanías colombianas en el país y el exterior • Trabajar con un grupo de empresas pequeñas productoras de artesanías para darles acceso a mercados
PLAZA DE LOS ARTESANOS	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar inmobiliario de la plaza • Mercadear los servicios y espacios de la Plaza de los Artesanos (no debe limitarse a temas artesanales)



VISIÓN 2007- 2010

- Artesanías de Colombia S.A. en el año 2010, será la entidad que en cumplimiento de su misión logre que a través de sus procesos, el artesano sienta una representación efectiva de su sector; posicionada nacional e internacionalmente, promoviendo estratégicamente al artesano en estos mercados y generando oportunidades comerciales bajo el nombre “Artesanías de Colombia”. Así mismo fortalecerá su presencia en el territorio nacional e incentivará el empresarismo artesanal.



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

¿CUÁL ES EL FIN?

Impactar la cadena de valor aprobada por la junta

¿CÓMO SE LOGRA?

A través de los cinco frentes de acción

¿CUÁLES SON LOS INDICADORES DE LOS CINCO EJES MISIONALES?

- **Investigación y Desarrollo:**

Aumento en la producción artesanal

- **Innovación y Diseño:**

Aumento en las ventas de productos diseñados frente a productos propios del artesano

- **Cadenas Productivas, Clusters, Redes y Desarrollo de Comunidades Artesanales:**

Aumentar la capacidad de cumplir con pedidos, disminuir tiempos de entrega y realización de negocios conjuntos

- **Promoción y Fomento:**

Aumento en las ventas

- **Plaza de los Artesanos:**

Aumentar el nivel de ocupación y de rentabilidad del recinto



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

¿Cuáles son los medios de verificación?

- **Investigación y Desarrollo:**

Línea de base y línea final de proyectos

- **Innovación y Diseño:**

Encuestas a los artesanos atendidos

- **Cadenas Productivas, Clusters, Redes y Desarrollo de Comunidades Artesanales:**

Orden de pedido vs. orden de entrega

- **Promoción y Fomento:**

Registro de ventas en ferias, registro de exportaciones

- **Plaza de los Artesanos:**

Registro de ingresos, de eventos realizados y días de ocupación al año



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumento en la producción artesanal	Identificar cuál es la producción artesanal hoy en Comunidades atendidas	Proyección Aumento	Proyección Aumento	Proyección Aumento



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

INNOVACIÓN Y DISEÑO				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumento en las ventas de productos diseñados frente a las ventas de productos propios del artesano	5%	+5%	+5%	+5% (acumulado 20%)



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

CADENAS PRODUCTIVAS, CLUSTERS, REDES Y DESARROLLO DE COMUNIDADES ARTESANALES

Indicador	2007	2008	2009	2010
Aumentar la capacidad de cumplir con pedidos	5%	+5%	+5%	+5%
Disminuir tiempos de entrega	40 días	35 días	30 días	30 días
Realización de negocios conjuntos	Identificar cuantos negocios se realizan en conjunto	Proyección Aumento	Proyección Aumento	Proyección Aumento



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

PROMOCIÓN Y FOMENTO				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumento en las ventas del sector artesanal	7%	8%	9%	10%



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

PLAZA DE LOS ARTESANOS				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumentar el nivel de ocupación. Aumentar la rentabilidad del recinto	10% 5%	10% +5%	10% +5%	10% +5% (Acumulado 20%)



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

¿Cómo lo vamos a hacer?

ADC propone un modelo de fortalecimiento del sector artesanal que nos lleve a preparar al sector para lograr el desarrollo de los cinco frentes misionales aprobados por la Junta Directiva (ejes misionales)



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

ESTRUCTURA DE TRANSICIÓN

Ejes Misionales

▪ Invest. y Desarrollo

▪ Diseño e Innovación

▪ Cadenas, Clusters, Red

▪ Promoción y Fomento

▪ Plaza de los Artesanos

Componentes

▪ Fortalecimiento Sector

▪ Posicionamiento ADC

Estrategia

▪ Desarrollo Social

▪ Desarrollo de Productos

▪ Procesos Productivos

▪ Comercialización

▪ Posicionamiento Marca

▪ Posicionamiento ADC

Portafolio
de Servicios



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

▪ Estrategia

▪ Actividades

▪ Indicador

▪ Metas

▪ Desarrollo Social



▪ Desarrollo de Productos



▪ Procesos Productivos



▪ Comercialización



▪ Posicionamiento Marca



▪ Posicionamiento ADC

▪ Artesanías = Sustento

▪ Competitividad

▪ Asociatividad

▪ Cultura del Ahorro

▪ Formalización Negocio

▪ Aumento Formalización



▪ Créditos Desembolsados

▪ Medio de verif.

▪ Línea de Base



▪ Línea Final

▪ 300 Artesanos asesorados para crédito

▪ 30 talleres de formación



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Mercadeo

■ Tendencias

■ Innovación

■ Estudios de competitividad de comunidades artesanales

■ Medio de verif.

■ Informes de diseño y competitividad

■ 70% de las comunidades atendidas con estudio de competitividad



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ **Procesos Productivos**



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Transferencia Conocim.

■ Transferencia Tecnol.

■ Aumento en venta de productos desarrollados frente a total de ventas

■ Medio de verif.

■ Informes de ADC

■ 30% de participación de productos diseñados



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Ferias

■ Tiendas ADC

■ Canales de Distribución

■ Ident. Oportunidades
comerciales (B2B – B2M)

■ Ingresos por ventas

■ Aumento de
compradores
internacionales

■ Aumento de artesanos
participantes en ferias

■ Medio de verif.

■ Informes de ADC

■ 8% de incremento
en las ventas

■ 10% de incremento
en compradores
internacionales

■ 10% de incremento
en participación en
ferias



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Free Press

■ Top of Mind

■ Merchandising

■ No. registros en medios

■ % de recordación

■ No. de productos

■ No. de espacios creados entre artesanos y compradores

■ Medio de verif.

■ Publicaciones sin costo

■ Encuestas en ferias

■ Reporte de colocación

■ 20% de incremento de registro en medios

■ 33% de incremento en Top of Mind

■ 10 líneas de producto



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Promoción y fomento en Canal Institucional

■ Colección Casa Colombiana

■ Segundos al aire

■ Incremento en ventas

■ Medio de verif.

■ Reporte CNTV

■ Reporte ADC

■ # Aparición comercial e institucional

■ 8% de aumento

