

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE
ARTESANÍAS EN TORNO Y TALLA DE MADERA BAJO LOS LINEAMIENTOS
DE LA CERTIFICACIÓN HECHO A MANO DE ICONTEC**

DEYSSY CATHERINE ARIAS MEZA

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECÁNICAS
ESCUELA DE STUDIOS INSIDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA
2015**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE
ARTESANÍAS EN TORNO Y TALLA DE MADERA BAJO LOS LINEAMIENTOS
DE LA CERTIFICACIÓN HECHO A MANO DE ICONTEC**

DEYSSY CATHERINE ARIAS MEZA

**Proyecto de grado presentado para optar por el título de
Ingeniería industrial**

**DIRECTORA:
ZULAY YESENIA RAMIREZ LEON
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECAÑICAS
ESCUELA DE STUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA
2015**

DEDICATORIA

En primer lugar le agradezco a ti Dios, por ayudarme a terminar este proyecto, por darme la fuerza y el coraje para hacerlo realidad, por cada regalo de gracia que me has dado y que inmerecidamente he recibido.

A mi padre Néstor Arias, por todo el apoyo, ejemplo y dedicación que me has dado desde mi infancia.

Finalmente a mi mama Mery Meza, por su consejo, acompañamiento y mano amiga, en cada etapa de mi vida.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	15
1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	17
1.1. HECHO A MANO	18
2. PANORAMA DEL SECTOR DE ARTESANIAS	20
2.1. DEFINICION DE ARTESANIA	20
2.2. CLASIFICACION DE LAS ARTESANIAS COLOMBIANAS	21
2.3. ARTESANO	22
2.4. TALLAR ARTESANAL	22
2.5. OFICIOS ARTESANALES	22
2.6. TALLA Y TORNO	25
2.7. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR ARTESANAL EN COLOMBIA.....	26
2.8. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR ARTESANAL.....	28
2.9. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANIAS EN LA UNIÓN EUROPEA	29
2.10. ENTIDADES DE PROMOCIÓN Y APOYO A LAS EXPORTACIONES DE ARTESANÍAS.....	30
3. PANORAMA EXPORTADOR DE ARTESANIAS EN COLOMBIA	32
3.1. EXPORTACIONES EN COLOMBIA.....	32
3.2. EXPORTACIONES DE ARTESANIAS EN COLOMBIA.....	34
3.3. EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL MERCADO EURPEO.....	36
3.4. LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL MERCADO EUROPEO	40
4. ESTUDIO DE MERCADOS.....	42
4.1. INVESTIGACION DE MERCADOS.....	42
4.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	42
4.3. MERCADO OBJETIVO Y MERCADO POTENCIAL	42
4.3.1. Análisis Del Mercado Europeo.....	42
4.4. CARACTERÍSTICAS TENIDAS EN CUENTA PARA LA COMPRA DE ARTESANÍAS EN MADERA.....	43
4.5. TIPOS DE CONSUMIDORES.....	44
4.6. ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	44
4.7. SEGMENTACION DEL MERCADO.....	46
4.7.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	47
4.7.2. PAIS ESCOGIDO PARA EXPORTAR.....	47

4.7.3.	CARACTERISTICAS GENERALES DEL MERCADO OBJETIVO	48
4.7.4.	ANALISIS DEL MERCADO OBJETIVO.....	50
4.8.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	51
4.8.1.	OBJETIVOS DE LA ENCUESTA.....	52
4.8.2.	DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	52
4.8.3.	TAMAÑO DE LA MUESTRA	53
4.8.4.	MUESTRA	53
4.8.5.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERADOS.....	54
4.8.6.	DETERMINACION Y PROYECCION DE LA DEMANDA.....	55
5.	PLAN DE MERCADEO	56
5.1.	PRODUCTO.....	56
5.1.1.	Factores de diferenciación.....	61
5.1.2.	Posición arancelaria.	62
5.2.	PRECIO	62
5.3.	PROMOCIÓN.....	63
5.4.	PUBLICIDAD.....	63
5.5.	PARTICIPACIÓN EN FERIAS	64
5.6.	MUESTRAS GRATIS A CLIENTES POTENCIALES	65
5.7.	DISTRIBUCIÓN	66
5.8.	COMERCIALIZACION	67
5.8.1.	Logística de exportación.....	67
5.9.	SERVICIO	69
6.	ANÁLISIS TECNICO.....	70
6.1.	LOCALIZACIÓN.....	70
6.1.1.	Macrolocalización:	70
6.1.2.	Microlocalización:	70
6.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	72
6.2.1.	Capacidad diseñada	72
6.2.2.	Capacidad instalada	73
6.2.3.	Capacidad utilizada:	74
6.2.4.	Capacidad de producción para cada línea por proceso individual y por producto:	75
6.3.	PROCESO PRODUCTIVO	76
6.4.	Diagrama del proceso productivo.....	82
6.5.	Distribución de planta.....	83

7.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	86
7.1.	OBJETIVO DE LA ORGANIZACIÓN.....	86
7.1.1.	Organigrama.....	86
7.1.2.	Descripción de cada área operativa de la empresa.....	86
7.1.3.	Manual de funciones.....	87
7.2.	PERSONAL.....	87
7.2.1.	Política de reclutamiento de selección de personal	87
7.2.2.	Tipo de contrato.....	88
8.	ESTUDIO LEGAL.....	89
8.1.	TIPO DE SOCIEDAD	89
8.1.1.	Naturaleza de la sociedad	89
8.2.	CONSTITUCIÓN Y REGISTRO	89
8.2.1.	Procedimientos para el registro de la marca	90
8.3.	CERTIFICACIÓN DE CALIDAD HECHO A MANO (ICONTEC)	93
8.3.1.	Pasos para la Certificación	94
8.4.	NORMATIVIDAD DE EXPORTACION.....	95
8.4.1.	Trámites y documentos que se exigen en el proceso exportador.....	95
8.4.2.	Documentación requerida para envío de muestras y envíos por tráfico comercial.....	108
8.4.3.	Normatividad general en Colombia para exportación	108
8.4.4.	Normatividad para exportación de artesanías en madera	109
8.4.5.	Normatividad de cumplimiento para el acceso de los productos en el mercado Europeo.....	109
8.5.	OTRAS CERTIFICACIONES QUE PUEDEN GENERAR VALOR AGREGADO.....	111
9.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	113
10.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	115
10.1.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	115
10.2.	ASPECTOS ESTRATÉGICOS	115
10.2.1.	Misión.....	115
10.2.2.	Visión.....	115
10.2.3.	Ventajas competitivas de la empresa.....	115
11.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	116
11.1.	Inversión	116
11.1.1.	Inversión Fija.....	116

11.1.2.	Inversión Capital De Trabajo	117
11.1.3.	Inversión Total.....	117
11.2.	EGRESOS	117
11.2.1.	Costos de producción.....	117
11.2.2.	Gastos Operacionales Fijos De Administración Y ventas.....	118
11.2.3.	Estructura de costos y gastos variables	118
11.2.4.	Costos Fijos:.....	119
11.2.5.	Costos Totales Y Unitarios	120
11.3.	INGRESOS	121
11.3.1.	Precio de venta promedio.....	121
11.3.2.	Proyección De ingresos a cinco años.....	121
11.4.	ANALISIS DE ESCENARIOS	121
12.	ANALISIS PCI	123
13.	FORMULACION DEL PROYECTO CON LA ESTRUCTURA FONDO EMPRENDER	126
14.	PROTOTIPO DE UN PRODUCTO.....	127
15.	CONCLUSIONES.....	128
	BIBLIOGRAFÍA	130
	ANEXOS	133

LISTA DE IMÁGENES

Ilustración 1: Exportaciones Totales De Colombia	32
Ilustración 2 Participación Por Productos	33
Ilustración 3: Participación Por Productos	33
Ilustración 4: Participación de exportación por gerencia	34
Ilustración 5: Comercio Bilateral Entre Colombia Y La UE.....	37
Ilustración 6: Evolución total importaciones de la UE desde Colombia.	37
Ilustración 7: Principales productos de Importaciones De La UE desde Colombia	38
Ilustración 8: Principales Países De Importaciones De La UE desde Colombia ..	39
Ilustración 9: Importaciones De La UE desde América Latina.....	40
Ilustración 10: Variación porcentual de exportaciones a la Unión Europea	40
Ilustración 11: Ambientes creados por Artesanías Decorativas En Madera.	56
Ilustración 12: Jarrones y Bombonera en forma de copa.	57
Ilustración 13: Esfero en madera, platos planos y cuencos, vasijas.....	58
Ilustración 14: Jarrones en madera segmentada, Tazón Curvo, lapicero.....	58
Ilustración 15: Logo de la empresa.	59
Ilustración 16: Etiqueta autoadhesiva.....	60
Ilustración 17: Forma que tendrá la madera antes de pasar por el torno artesanal.	73
Ilustración 18: Producto terminado en laminado de madera.	77
Ilustración 19: Corte Madera En Tablas.	77
Ilustración 20: Pegar Tablas De Madera.	77
Ilustración 21: Cortar Puntas Del Cuadro	78
Ilustración 22: Prensar Tablas De Madera.	78
Ilustración 23: Producto terminado en madera segmentada.	78
Ilustración 24: Corte de madera en triángulos cortados.	79
Ilustración 25: Madera pegada en círculo.	79
Ilustración 26: Torneado de plato con un tipo de madera.	80
Ilustración 27: Afilado de herramientas.	80
Ilustración 28: Talla bidimensional de un plato decorativo con la imagen del Pectoral antropozoomorfo esquematizado del Tolima.....	81
Ilustración 29: Diagrama del Proceso Productivo.....	82
Ilustración 30: Certificaciones De Preferencia Por El Cliente En La Unión Europea.	111

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Cumplimiento De Objetivos	16
Tabla 2: Sectores y Subsectores de Artesanías En Colombia	27
Tabla 3: Exportaciones de artesanías Colombianas por sector y subsector de promoción de Proexport	34
Tabla 4: Empresas exportadoras de estatuillas y demás objetos de adorno, de madera.	46
Tabla 5: Variables a tener en cuenta para la selección del país destino.	47
Tabla 6: Resultados de cuantificación de variables de países destino para la exportación de artesanías de madera en torno & talla.	48
Tabla 7: Estudio De Aspectos Del Mercado Objetivo.	50
Tabla 8: Lista de las diferentes ferias a participar a nivel nacional e internacional	64
Tabla 9: Análisis de variables para la localidad de Usme.	71
Tabla 10: Análisis de variables para la localidad de Tunjuelito.	71
Tabla 11: Análisis de variables para la localidad de Bosa.	71
Tabla 12: Tiempo de producción según tamaño de la pieza.	73
Tabla 13: Tiempo de producción según tamaño de la pieza	74
Tabla 14: Piezas producidas según tamaño de la pieza	74
Tabla 15: Número de Piezas producidas según el tipo de producto, por persona en el mes.	75
Tabla 16: Personal requerido para el funcionamiento de la empresa.	87
Tabla 17: Tipo de contratos para empleados de Talla y Torno S.A.S	88
Tabla 18: Total de costo de inversiones fijas.	116
Tabla 19: Capital de trabajo	117
Tabla 20: Puesta En Marcha	118
Tabla 21: Costos totales por tipo de productos que produce la empresa.	120
Tabla 22: Costo unitario por producto.	120

LISTA DE ANEXOS

Anexo A.	Estudio De mercados	133
Anexo B.	Cuantificación de variables de los posibles países destino para la exportación de artesanías en madera de Torno & Talla.....	144
Anexo C.	Encuestas y Resultados.	158
Anexo D.	Ubicación arancelaria para exportación de artesanías en madera decorativas.....	173
Anexo E.	Referencia de precios de los productos ofertados por la competencia.....	175
Anexo F.	Referencia del producto.....	178
Anexo G.	Requisitos para participación en ferias Colombianas.	179
Anexo H.	Costos en publicidad.	182
Anexo I.	Fases para armar un torno artesanal.....	184
Anexo J.	Tipos de madera y textura.	187
Anexo K.	Evaluación de proveedores.	188
Anexo L.	Manual de funciones.....	189
Anexo M.	Formulario de certificación de la unidad artesanal para trámites de registro de marca ante la superintendencia de industria y comercio.....	195
Anexo N.	Criterios generales para la selección de los talleres artesanales. ...	199
Anexo O.	Referencial nacional de madera capitulo talla Bogotá D.C.”	200
Anexo P.	Matriz Leopold reducida.	219
Anexo Q.	Manual de buenas prácticas ambientales, las 3r y separación de residuos.....	220
Anexo R.	Estructura de proyecto fondo emprender.	224
Anexo S.	Matriz PCI.....	234
Anexo T.	Proceso productivo.	237
Anexo U.	Logística De Exportación.....	244
Anexo V.	Lista de chequeo para exportación.....	249
Anexo W.	Estimación De La Demanda.	256
Anexo X.	Resultados financieros	259

RESUMEN

TITULO

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS EN TORNO Y TALLA DE MADERA BAJO LOS LINEAMIENTOS DE LA CERTIFICACIÓN HECHO A MANO DE ICONTEC*

AUTOR: DEYSSY CATHERINE ARIAS MEZA†

CONTENIDO:

El siguiente proyecto muestra el estudio para la creación de una empresa para la producción de artesanías en madera elaboradas en Torno & Talla, las cuales tienen como objetivo el mercado internacional Europeo, a partir de un análisis detallado del mercado del sector de artesanías particularmente artesanías de madera de Torno & Talla, la realización efectiva de este proyecto generará empleo y contribuirá con el crecimiento del sector artesanal que busca un reconocimiento internacional por medio de la exportación sus productos a nivel internacional.

El trabajo de grado consta de una investigación en fuentes secundarias sobre los antecedentes del sector artesanal maderero y el mercado objetivo de artesanías de madera realizadas en Torno & Talla, con el fin de obtener una información específica acerca del producto que ofrece la empresa se realizó una investigación de mercados utilizando fuentes primarias por medio del desarrollo de encuestas directamente al cliente final, en este caso proveniente de Alemania, adicionalmente se realizó un estudio técnico organizativo, financiero y estratégico. En el desarrollo del libro se presentan los resultados cualitativos y cuantitativos del entorno, se abordan las características del producto, el proceso productivo, la ubicación del taller y la distribución productiva del mismo y la evaluación financiera para la creación de la empresa que llevaría por nombre Torno & Talla. Con este proyecto se pretende generar la información pertinente de la viabilidad del negocio para tomar de la decisión de invertir en la creación de la empresa.

** Trabajo de grado

† Facultad de Ingeniería Físico Mecánica. Escuela de Ingeniería Industrial. Director: Zulay Yesenia Rámirez León. Ingeniera Industrial. Co-Directora: Diana Paola Ortiz Arango.

ABSTRACT

TITLE: CREATION OF A COMPANY FOR PRODUCTION AND EXPORT OF CRAFT AROUND AND CARVE WOOD UNDER THE GUIDELINES OF CERTIFICATION HANDMADE ICONTEC.*

AUTHOR: DEYSSY CATHERINE ARIAS MEZA†

CONTENTS:

The following study shows the project to create a company for the production of wooden handicrafts made around and height, which are aimed at the European and international market, based on a detailed market analysis particularly craft crafts industry Turning and carving wood, the effective realization of this project will generate employment and contribute to the growth of the artisanal sector seeking international recognition through exporting their products internationally.

The degree work consists of research on secondary sources on the background of wood crafts sector and the target market of wooden handicrafts made in Torno & size in order to obtain specific information about the product that offers the company made an Using market research primary sources through the development of surveys directly to the final customer, in this case from Germany, further organizational, financial and strategic technical study. Book development in qualitative and quantitative results are presented environment, product characteristics, the production process, the location of the carving and the production and distribution of this financial assessment for the creation of the company that would be addressed by name Torno & Size. This project is intended to generate relevant information on the viability of the business to take the decision to invest in the creation of the company.

** Degree Project

† Faculty of Physical – Mechanics, School of Industrial Ingenieer. Director: Zulay Yesenia Ramírez León. Co-Director: Diana Paola Ortiz Arango.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el sector artesanal se encuentra en expansión debido a la gran acogida que tienen los productos “hechos a mano”, gracias a la innovación, diseño de los productos, su funcionalidad, el componente de identidad y tradición de una comunidad y por último, a la calidad de la misma⁵. Motivo por el cual el Estado está interesado en promover las exportaciones no tradicionales en mercados con potencial por medio de artesanías de mejor calidad, diversidad en materiales, innovación y mano de obra “Hecho A Mano”. Se cuenta con diferentes entidades que promueven planes de desarrollo para el sector artesanal y promueven procesos y procedimientos relacionados con las operaciones de comercio exterior, los cuales permiten fortalecer al sector externo por medio de la internacionalización de empresas y la inversión extranjera.

El sector artesanal es de los más importantes para el mercado internacional en función a las virtudes estructurales que ofrece el producto por la agregación de su valor cultural ante la funcionalidad del mismo. Motivo por el cual se busca que los mercados internacionales permitan afianzar la viabilidad para la creación de la empresa exportadora de artesanías.

El estudio de la viabilidad se desarrolla teniendo en cuenta un estudio de la participación artesanal en Colombia, estadísticas y el entorno económico, variabilidad en técnicas de producción artesanal, información de proyectos y planes de negocios realizados sobre el tema, la participación del sector artesanal en el mercado externo objetivo y en el mercado interno, importaciones y exportaciones de países europeos, niveles de producción y de mercado.

Verificando las técnicas, materias primas, mano de obra y cifras, el proyecto se orientará en artesanías de madera elaboradas en torno y talla, para la decoración del hogar. Se estableció como mercado objetivo los países que pertenecen a la Unión Europea. Con el fin de ser un producto diferenciador que cumpla con los requisitos máximos de calidad la elaboración de sus actividades se hará bajo los lineamientos de la normatividad de calidad “Hecho A Mano”.

Se espera al final del proyecto brindar las herramientas y resultados necesarios para que las personas interesadas en crear la empresa tomen la decisión de hacer efectiva la puesta en marcha de la misma, para así mismo contribuir con el crecimiento del sector artesanal a nivel internacional.

TABLA DE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

⁵ PLAZA CAPITAL, Sello de Calidad Hecho a Mano, un reconocimiento a los mejores artesanos [En línea] < http://portal.urosario.edu.co/pla_2004_2008/articulo.php?articulo=206 > [citado el 31 de Marzo de 2015]

Tabla 1 Cumplimiento De Objetivos

OBJETIVO	CUMPLIMIENTO
Realizar un análisis de la situación actual del sector económico de la producción de artesanías en Colombia.	Capítulo 2 Capítulo 3
Identificar la demanda potencial de consumidores de artesanías en el mercado europeo, al igual que los requerimientos cualitativos y cuantitativos del mismo.	Capítulo 4
Realizar el plan de marketing para la comercialización de artesanías en el mercado europeo.	Capítulo 5
Elaborar un análisis técnico con el fin de determinar la forma en que operará la empresa, cumpliendo con los lineamientos de la norma HECHO A MANO.	Capítulo 6
Diseñar la estructura administrativa y operativa que garantice el desarrollo óptimo de la producción y exportación de artesanías bajo los lineamientos de la norma HECHO A MANO.	Capítulo 7
Realizar un análisis legal que estudie los requerimientos para conformar y operar una empresa de exportación de artesanías.	Capítulo 8
Analizar el impacto social y ambiental que generaría la exportación de artesanías en madera con el sello de calidad HECHO A MANO.	Capítulo 9
Realizar la evaluación financiera para la puesta en marcha de la empresa dedicada a elaboración de artesanías de madera.	Capítulo 10
Realizar un análisis estratégico con la matriz PCI.	Capítulo 11
Formular el proyecto con la estructura establecida por la entidad Fondo emprender.	Capítulo 12
Diseñar el prototipo de uno de los productos a ofrecer en el portafolio de servicios.	Capítulo 13

1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Las artesanías colombianas se han posicionado como mercancías de alta calidad y variedad que constituyen una de las cartas de presentación ante el mundo. Contando con una amplia diversificación geográfica y cultural, artesanos con una experta utilización de materiales, creatividad y talento que implementan los artesanos, hacen de estas algunas de las características que el país posee en este sector. Colombia cuenta con un amplio legado artesanal que además de transmitir nuestra cultura, se ha perfilado como un producto de exportación reconocido a nivel internacional⁶.

Existen oportunidades para el desarrollo, fortalecimiento y exportación del sector artesanal, el cual será indispensable para la creación de una empresa manufacturera con mano de obra artesanal principalmente en Torno & Talla de madera, la cual cuenta con diferentes características de innovación en el producto como ventaja competitiva, que representan una función utilitaria o decorativa y en algunos adquiere la característica de obra de arte las cuales permiten una mayor acogida en el mercado internacional.

Mediante el desarrollo de esta idea de negocio se promueve la producción y exportación de artesanías contemporáneas o neoartesanía, definidas como objetos útiles y estéticos, desde el marco de los oficios, y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecnoeconómicos. Este tipo de artesanía se caracteriza por realizar una transición hacia la tecnología moderna y/o por la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo⁷. Estas artesanías hacen alusión a la pertenencia cultural, histórica, fauna y flora del país. Cuentan hechos históricos importantes y representan del patrimonio cultural de los indígenas.

Proexport ha identificado oportunidades de negocios para las artesanías colombianas en Estados Unidos y en países europeos como España y Alemania,⁸ donde se valora que el producto cuente una historia. Las etiquetas deben contener información que describa el producto, tanto la forma en la que fue elaborado como de dónde proviene y quién es el artesano⁹, también que brinden en su producto la

⁶ PROCOLOMBIA Guía De Viajes Oficial De Colombia [en línea] <<http://www.colombia.co/exportaciones/artesantias-de-colombia-una-muestra-del-pais-al-mundo-2.html>> [citado el 20 de Noviembre de 2014]

⁷ ARTESANIAS DE COLOMBIA, Clasificación de artesanías [en línea] <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesanía-y-su-clasificación_82> [citado el 31 de Marzo de 2015]

⁸ PROCOLOMBIA, Artesanías de Colombia que llegan a Europa y Estados Unidos [en línea] <<http://www.colombiatrade.com.co/noticias/artesan%C3%ADas-de-colombia-que-llegan-europa-y-estados-unidos>> [citado el 31 de Marzo de 2015]

⁹ DINERO, Artesanías de Colombia que llegan a Europa y Estados Unidos [en línea] <<http://www.dinero.com/economia/articulo/artesantias-colombia-llegan-europa-estados-unidos/166125>> [citado el 31 de Marzo de 2015]

representación de un conjunto de características hereditarias o adquiridas por el artesano y definen sus expresiones culturales a través de dichos productos¹⁰. Todas estas características vienen inmersas en la certificación HECHO A MANO, siendo esta otra característica llamativa para los clientes del mercado Europeo, de la cual hablaremos más adelante .

Para la realización de la exportación de los productos se tomarán los países pertenecientes a la Unión Europea en los cuales la artesanía, especialmente los de decoración para el hogar debido a la evolución de la vivienda, ha venido creciendo de nuevo mostrando una recuperación para el 2013, indicando la estabilización del mercado en el año en curso y la recuperación del crecimiento en el 2014¹¹.

1.1. HECHO A MANO

En el mercado norteamericano y europeo hay una tendencia en la moda para que todo sea “handmade” (hecho a mano) y esta tendencia sigue aumentando. La gente está buscando una conexión con lugares, culturas y que las compras tengan un impacto social. Son los tres elementos por lo cuales las tendencias de artesanías se está incrementando¹².

Dado lo anterior , Artesanías de Colombia S. A. con el apoyo de ICONTEC ha desarrollado un proyecto que tiene la finalidad de elevar la competitividad del sector artesanal mediante la implementación de un esquema de certificación de artesanías que permita diferenciarlas de productos elaborados industrialmente, favoreciendo su circulación en mercados internacionales y lograr posiciones arancelarias especiales. Se cuenta con los beneficios de ICONTEC INTERNACIONAL y la participación para Certificación Internacional de IQNET.¹³

El Sello de Calidad *Hecho a mano* es una certificación de carácter permanente otorgada a productos artesanales elaborados a mano, con base en parámetros de calidad y tradición, que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y reconocer su valor como expresión de identidad y cultura. Se dirige a productos artesanales, hechos a mano y ajustados a estándares de

¹⁰ PROCOLOMBIA Guía De Viajes Oficial De Colombia [en línea] < <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/historia-y-tradicion/artesantias> > [citado el 20 de Noviembre de 2014]

¹¹ CBI, MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS <http://www.cbi.eu/About%20CBI/subweb/project-background/203078>

¹² AGEXPORT, “Hecho a mano” la tendencia que está imponiendo el consumidor en Artesanías [En línea] < <http://agexporthoy.export.com.gt/2014/09/hecho-a-mano-la-tendencia-que-esta-imponiendo-el-consumidor-en-artesantias/> > [citado el 31 de Marzo de 2015]

¹³ ICONTEC, Hecho a mano [En línea] < <http://www.icontec.org/index.php/pe/inicio/certificacion-producto/tipo-de-certificacion-de-producto/51-colombia/certificacion-producto/304-sello-hecho-a-mano> > [citado el 31 de Marzo de 2015]

calidad.¹⁴ Colombia, es el primer país que implementa la “certificación de calidad” para su Artesanía.¹⁵

La certificación de los productos es una herramienta comercial de diferenciación y protección de los productos artesanales. La cual representa que el producto sea reconocido como hecho de forma manual y por el otro, que la artesanía tenga mejor calidad.

En aras de ingresar a ser competitivos en mercados donde se enfrenta con éxito a otras ofertas nacionales e internacionales, surgió la determinación de mirar la pieza artesanal bajo el parámetro de una Norma de Calidad. Con las dos Normas Técnicas desarrolladas para el sector artesanal NTC 3739 Y NTC 3797¹⁶, se demuestra la versatilidad de la producción artesanal para penetrar los mercados internacionales asumiendo exigencias formales de los mismos y sin perder su carácter fundamental, como es el caso del valor cultural agregado.

El Sello de Calidad Hecho a Mano también se propone ampliar las condiciones de comercialización de las piezas artesanales en el mercado nacional e internacional. El sello de calidad es básicamente una herramienta para fortalecer la comercialización con una mayor calidad del producto, la cual está relacionada con mayores ventas ya que su obtención mejora la imagen del taller del artesano, también hay un incremento en el precio de los productos, el cliente valora más el producto y ofrece garantía al consumidor.

El desarrollo de esta propuesta ha traído resultados positivos en las cifras de exportaciones para artesanos que ya exportaban, las cuales subieron al 25% después de tener el Sello de Calidad.¹⁷ Finalmente vale la pena aclarar que esta certificación es algo relativamente nuevo. El cual se debe resaltar su importancia en el momento de la venta del producto, un sello que sólo lo tienen los mejores artesanos y que permite frenar el mercado de productos industriales con apariencia artesana.

¹⁴ HECHO A MANO, Sello de calidad Hecho a mano para la artesanía [En línea] < <http://www.hechoamano.com.co/> > [citado el 31 de Marzo de 2015]

¹⁵ HECHO A MANO, Sello de calidad Hecho a mano para la artesanía [En línea] < <http://www.hechoamano.com.co/> > [citado el 31 de Marzo de 2015]

¹⁶ HECHO A MANO, SELLO DE CALIDAD PARA LA ARTESANIA COLOMBIANA [En línea] < http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/About_ITC/Where_are_we_working/Multi-country_programmes/CARIFORUM/HAND%20MADE%20QUALITY%20SEAL%20%20v2.pdf > [citado el 24 de febrero de 2015]

¹⁷ SELLO DE CALIDAD “HECHO A MANO PARA LA ARTESANÍA” (Bogotá) COLOMBIA [En línea] < <http://www.fundacionhabitatcolombia.org/paneles/P10.pdf> > [citado el 31 de Marzo de 2015]

2. PANORAMA DEL SECTOR DE ARTESANIAS

2.1. DEFINICION DE ARTESANIA

La palabra artesanía tiene su raíz etimológica en el latín y el griego y significa:

- art (Prefi jo) = arte. Del latín «artis».
- es (Sufi jo) = gentilicio femenino o masculino, característica de. Del latín «ensis-ense».
- an (Sufi jo) = que hace algo, perteneciente a, gentilicio. Del latín «anus-anis».
- ia (Sufi jo) = diminutivo de acción o efecto, muchos, ciencia, arte, ocupación, lugar de, afección. Del griego «ia»

Las personas artesanas han sido los profesionales que tenían las habilidades y conocimientos suficientes en un determinado oficio que comúnmente pasaba de generación en generación. Los objetos artesanales se hacían para satisfacer necesidades, siendo éstas y los clientes tan diversos como la propia sociedad.

Con el pasar del tiempo este concepto de artesanía ha recogido distintas demarcaciones y actividades a lo largo de la historia, por lo que su definición actual se ha convertido en uno de los aspectos más controvertidos, propios de la problemática del sector. En la actualidad el concepto de artesanía engloba una diversidad de técnicas, oficios, productos, formas de hacer, formas de trabajar, materiales, conceptos, creatividades, reproducciones y funcionalidades que van desde el uso personal al ornamental. Todo ello con elementos comunes como, un conocimiento del oficio, de las técnicas y de los materiales, una forma de trabajo y una individualización de los productos. Esta variedad y diversidad dificulta en cierta manera una definición de artesanía que sea comúnmente aceptada, así como la existencia de límites objetivos de lo que es artesanía y de lo que no lo es. Se mezclan conceptos como arte popular, artesanía tradicional, hecho a mano, manualidades, artesanía manufacturera, neoartesanía, etc., lo que lleva a una falta de uniformidad conceptual y diversidad de percepciones.

La definición del sector artesano es un tema complejo ya que no existe un criterio unificado sobre qué tipo de actividades económicas pueden considerarse como artesanas. La artesanía es una actividad económica y cultural de gran importancia por su interrelación con otros sectores de la economía, influyendo positivamente en el desarrollo de las regiones. El concepto artesanía ha evolucionado de forma diversa a lo largo de la historia y ha adoptado diferentes definiciones. En la actualidad, su definición sigue siendo heterogénea. A nivel internacional, la UNESCO define la artesanía de la siguiente manera: «Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser

utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente»¹⁸ (definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997).

En la Unión Europea (UE) las empresas artesanales continuarán definiéndose a nivel nacional, en función de sus especialidades, por lo que se renuncia a establecer un criterio común. De esta manera, no existe una definición a escala europea, sino que cada país de la UE es el encargado de la elaboración de la definición legal de la artesanía. En Alemania, por ejemplo, y debido a la gran tradición artesanal del país, el sector funciona de manera autónoma, con una organización jurídica y económica desvinculada del sector industrial y del comercio. La actividad artesanal alemana se delimita por la pertenencia a uno de los 127 oficios integrados en el registro del artesanado.

En cuanto al ámbito nacional se define que la artesanía es la actividad de transformación para la producción de bienes que se realiza a través de las especialidades que circunscriben los oficios y que se llevan a cabo con predominio de la energía humana de trabajo, física y mental, complementada, generalmente, con herramientas y máquinas relativamente simples; condicionada por el medio ambiente físico (factor de delimitación del espacio) y por el desarrollo histórico (factor de circunscripción sociocultural en el tiempo). Actividad con la que se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte dentro de un marco cultural determinado al cual contribuye a caracterizar en cada momento de su historia¹⁹.

2.2. CLASIFICACION DE LAS ARTESANIAS COLOMBIANAS

*Artesanía Indígena: Producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social. Constituye la expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Es elaborada para satisfacer necesidades sociales e integra, como actividad práctica, los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, conocimiento que es transmitido directamente a través de las generaciones²⁰.

*Artesanía Tradicional Popular: Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por determinado pueblo que exhiba un completo dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada

¹⁸ UNESCO, Artesanía Y Diseño [En línea] < http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=35418&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html > [citado el 31 de Marzo de 2015]

¹⁹ SISTEMA NACIONAL DE INFORMACION CULTURAL, Artesanias [En línea] < <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDe p=11&COLTEM=217> > [citado el 31 de Marzo de 2015]

²⁰ ARTESANIAS DE COLOMBIA, Sector De La Artesanía [En línea] < http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesanía-y-su-clasificación_82 > [citado el 31 de Marzo de 2015]

comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con las que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos²¹.

*Artesanía Contemporánea O Neoartesanía: Producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socio culturales y niveles tecno-económicos. Culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo²².

2.3. ARTESANO

Persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes útiles su esfuerzo físico y mental.

2.4. TALLAR ARTESANAL

Espacio físico y operativo (que bien puede ser parte de la vivienda), delimitado para la ejecución de las actividades de un oficio o rama especializada de la producción generalmente, enmarcado en una expresión cultural particular; actividades mediante las que los ejecutores participantes, al mismo tiempo que transmiten o asimilan los conocimientos de la profesión de acuerdo con sus respectivos niveles profesionales, elaboran una determinada clase de bienes mediante la transformación de unas materias primas, para lo que utilizan los elementos técnicos allí instalados.

2.5. OFICIOS ARTESANALES

Las artesanías desde el punto de vista técnico están clasificadas por oficios, los cuales representan las líneas de producción o las áreas de especialización. Los principales oficios artesanales son²³:

²¹ARTESANIAS DE COLOMBIA, Sector De La Artesanía [En línea] <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesanía-y-su-clasificación_82> [citado el 31 de Marzo de 2015]

²² ARTESANIAS DE COLOMBIA, Sector De La Artesanía [En línea] <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesanía-y-su-clasificación_82> [citado el 31 de Marzo de 2015]

²³ ARTESANIAS DE COLOMBIA, oficios artesanales [En línea] <<http://www.artesaniasdecolombia.com.co:8080/trazaartesanial/documentos/artesanias-colombia-listado-oficios.pdf>> [citado el 31 de Marzo de 2015]

- Carpintería y Ebanistería: Objetos decorativos y utilitarios elaborados en madera.
- Calado: Consistente en la decoración de los objetos de madera mediante la hechura de cortes perpendiculares a la superficie de las tablas para extraer secciones como proceso de decoración en vacío o transparencia.
- Talla En Madera: Objetos de diferentes géneros y funciones tallados en resina vegetal.
- Marquetería: Constituye una actividad especializada dentro de los trabajos en madera, que puede combinar las técnicas de la carpintería y la talla.
- Torneado: Especializado en el arreglo de la madera, mediante el que se elaboran piezas o productos circulares.
- Trabajos En Pauche: Técnicamente, corresponde a la talla en madera blanda que recibe este mismo nombre y que se combina con pulimento y pintura para definir el perfil de las gráficas, generalmente decorativas.
- Trabajos En Bambú: Los trabajos en bambú se refieren más particularmente a la producción de objetos con estructura por armazón.
- Barniz De Pasto: Técnica de procedencia aborigen, consistente en el trabajo de aplicación de telas de contextura elástica, elaboradas con sustancias vegetales extraídas del árbol mopamopa.
- Enchapado En Tamo: Técnica que consiste en el trabajo de revestimiento decorativo, total o parcial, con fibras vegetales.
- Taracea: Oficio basado en la técnica de pegado e incrustación de materiales generalmente de carey, hueso, cuerno y caparazón de coco dispuestos decorativamente.
- Grabado: El arte de grabar consiste, esencialmente, en la labor de trazar gráficas y/o caracteres sobre láminas de metal, madera, piedras preciosas, mármol y otros materiales pétreos y vegetales.
- Trabajos En Tagua: Producción artesanal tradicional mediante la que se elaboran objetos decorativos, generalmente miniaturizados.
- Curtiembre O Tenería: Proceso de adobamiento o aderezamiento de pieles crudas.
- Marroquinería: Trabajo de corte, costura, doblado y pegado del cuero, mediante el que se elabora una gran diversidad de objetos de la línea de contenedores portátiles, a la mano.
- Talabartería: Es la producción de elementos especialmente utilitarios que requieren la aplicación de cueros resistentes.
- Decoración Del Cuero: Los trabajos de decoración del cuero comprenden varias técnicas específicas como el policromado, repujado, talla y calado.
- Encuadernación: Es el trabajo de armada de libros especialmente relacionado con la elaboración de sus pastas.
- Tejeduría En Telar: Es el oficio en el que, mediante el manejo de hilos flexibles de diferentes calibres, a través del entrecruzamiento ordenado, sencillo o combinado, que corresponden a los elementos básicos de trama y urdimbre, se obtienen piezas de diferentes clases según los materiales de los hilos.

- Tejidos: Es el entrecruzamiento o anudado de uno o más hilos o fibras realizado directamente a mano o con agujas, en telares pequeños de marco o de cintura.
- Bordados Y Trabajos En Telas: Actividad que consiste en la decoración de textiles y cintas, mediante la ejecución de labrados y/o altos relieves hechos en hilo utilizando principalmente agujas y pequeñas herramientas de corte.
- Aplicaciones En Tela: Trabajo consistente en la elaboración de objetos útiles y especialmente decorativos, realizados mediante la unión y/o superposición de telas o retazos con la técnica de la costura a mano o en máquina de coser.
- Costura: La costura o confección es la actividad relacionada con la elaboración de prendas de vestir.
- Hilandería Y Cordelería: Actividad mediante cuyos procesos de escarmenado, combinación de materiales, peinados, estirado, torcido o trenzado a mano o con implementos especiales.
- Cestería: La cestería es un oficio artesanal clasificado dentro del grupo de la Tejeduría.
- Sombrerería: Línea de producción especializada que se clasifica dentro de la Tejeduría.
- Mimbtería: Es un trabajo de tejido de cestería especializado en el manejo del material que le da su nombre, el mimbre
- Trabajos En Cortezas Y Hojas: Esta actividad artesanal se basa en la elaboración de productos de carácter generalmente decorativo y tendencia a la aplicación de color
- Fundición: Es el proceso de producción de objetos mediante el vaciado del metal a altas temperaturas en moldes de arcilla, tierra y/o arena.
- Forja: Actividad que consiste en la producción de objetos mediante el martillado, doblado y torcido de metales especialmente el hierro, previamente enrojecidos al fuego, para que se alcance su mejor punto de ductilidad.
- Metalistería: Este término, aunque comprende una amplia gama de actividades relacionadas con los metales.
- Orfebrería: Es la elaboración técnico-artística de objetos, preferentemente, en oro (casi siempre con algún grado de aleación con el cobre) y en plata.
- Platería: Actividad productiva basada en el manejo especializado y exclusivo de la plata.
- Joyería: Especialidad del trabajo en metales y piedras preciosas y semipreciosas.
- Bisutería: Trabajo de producción de alhajas y objetos decorativos con la tecnología de la joyería.
- Vidriería: El manejo del vidrio comprende las técnicas de soplado, modelado, moldeado, tallado y recortado
- Vitralería: Una especialidad importante del trabajo en vidrio por su carácter esencialmente artístico.
- Alfarería: trabajo de tipo relativamente rústico de manera exclusiva en barro y una sola cocción para la elaboración de vasijas y gráficas.

- Cerámica Y Porcelana: La cerámica es la actividad tradicional de producción de objetos de alta calidad y excelente acabado en arcilla cocida.
- Muñequería: Elaboración de gráficas antropomorfas y zoomorfas en tela, papel y cartulina seda, paño y materiales vegetales.
- Juguetería: Es la elaboración de objetos de diversas líneas de producción, desde el punto de vista de los materiales, formas y usos específicos, comunes por sus funciones de distracción y decoración.
- Parafernalia Y Utilería: En cuanto a la parafernalia, es la elaboración una clase de objetos para su utilización en ceremonias mágico-religiosas.
- Pirotecnia: Actividad mediante la que se elaboran objetos de luces artificiales a base de pólvora.
- Dulcería: Es la elaboración de productos comestibles cuyos ingredientes proceden de los frutos y productos agrícolas de cultivo tradicional.
- Instrumentos Musicales: Es la elaboración de objetos estructurados para producir sonido de percusión, fricción, vibración, fricación.
- Cerería: Es la elaboración de objetos útiles y decorativos con substancias viscosas semiduras de color amarillo y origen animal o vegetal.
- Estampado: El estampado es la técnica de teñido o impresión mediante la que se fijan imágenes de gráficas.
- Pintura: El género de pintura que se considera clasificable en el campo artesanal de producción es el llamado primitivista.
- Trabajos Decorativos: Consiste en la elaboración de arreglos para la decoración de espacios o adornos personales.

2.6. TALLA Y TORNO

La elaboración de artesanías en madera mediante el talla se realiza en maderas duras y blandas, materiales de frutos vegetales y en elementos líticos como piedra, mármol, obsidiana, pedernal, caliza y otras, materiales a los cuales se extraen bocados por percusión o cincelado, fricción, pulimento hasta ir diseñando la gráfica o cuerpo del objeto deseado²⁴. En general, se trata de una actividad especializada en la producción de objetos cuyos diseños corresponden a la representación de gráficas antropomorfas, zoomorfas, fitoformes o geométricas, basada en el manejo de superficies y volúmenes mediante alto y bajorrelieve. Dentro de esta actividad, se cuenta la escultura, este tipo de escultura es diferente de la que se elabora mediante el modelado de arcilla para el vaciado posterior en yeso, cemento, granito, metales y otros materiales, que representa la talla artística por excelencia en cualquier material que sea (maderas o líticos). Otra técnica basada en la talla es el grabado para planchas de prensa y litografías y para estampado, en alto y bajorrelieve. Las herramientas principales de esta especialidad son los formones, las gubias, las azuelas, los mazos. En la adaptación de las maderas, se utiliza la mayoría de los equipos aplicados en la carpintería, incluyendo las máquinas. El

²⁴ ARTESANIAS DE COLOMBIA, oficios artesanales [En línea] <
<http://www.artesaniasdecolombia.com.co:8080/trazaartesanal/documentos/artesantias-colombia-listado-oficios.pdf> >[citado el 31 de Marzo de 2015]

equipo de trabajo de la talla en materiales líticos está representado por macetas, mazos, cinceles, perforadoras, buriles, pulidoras, fresas, motores eléctricos. Gran parte de la producción es trabajo artístico y de réplicas, como las esculturas, y otra de aplicación arquitectónica. Otros objetos consisten en esculturas tipo réplica, gráficas, objetos útiles como ceniceros, lápidas en alto y bajo relieve, placas, enchapados de superficies, marmolejos. Los bienes producidos en esta especialidad pueden ser objetos acabados o partes de otros a los cuales sirven de elemento decorativo, como columnas, marcos, barandas, puertas, ventanas, esculturas, imágenes. Tallador es la denominación que se da a los trabajadores en esta especialidad, generalmente se especifica complementándolo con el nombre del material que trabaja. También aparecen otras nominaciones como la de tallista, aplicada al tallador de piedras preciosas. Marmolero, que trabaja el mármol y especialmente en la especialidad de las lápidas en mármol. Escultor es la nominación que corresponde al trabajador de alta realización estética utilizando maderas o piedras²⁵.

Por otra parte una técnica para darle forma a la madera es por medio del torneado, trabajo que en el sector artesanal está especializado en el arreglo de la madera. En los casos de trabajo de nivel artesanal, se encuentra como parte de los trabajos de ornamentación la cual, a su vez, se puede considerar como una línea de la forja o herrería, mediante el que se elaboran piezas o productos circulares, generalmente columnas, vajillas, recipientes, juguetes. También se encuentra la utilización de otros materiales vegetales con los que se elaboran objetos decorativos especialmente. Esta técnica se puede encontrar como parte de las especialidades de la ebanistería y la carpintería. El torno es la máquina de trabajo principal, sin ser necesariamente imprescindible. Otras herramientas utilizadas para la preparación de la madera son, prácticamente, las que conforman el equipo de la carpintería. Los productos característicos son, entre otros, los platos, pocillos, ensaladeras, fruteros, cocas, joyeros, ruedas, columnas, cofres y joyeros circulares, además de partes para incorporar a la estructura de otros productos, como barandas de balcones, escaleras, patas para mesas y asientos, varas para ventanas, puertas y otros. A sus especialistas se les da la denominación de torneros²⁶.

2.7. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR ARTESANAL EN COLOMBIA

El sector artesanal colombiano cuenta con 3.000 años de historia y un crecimiento evolutivo en los últimos 5 períodos, ha llevado al país a liderar procesos intercontinentales como el programa actual de Iberoartesanías, que desde el 2012 trabaja en la promoción de las políticas públicas en pro de las artesanías y la

²⁵ TORNO Y TALLA, Técnicas en la producción de Elementos Utilitarios [En línea] < http://www.revista-mm.com/ediciones/rev74/pasoapaso_74.pdf > [citado el 31 de Marzo de 2015]

²⁶ TORNO Y TALLA, Técnicas en la producción de Elementos Utilitarios [En línea] < http://www.revista-mm.com/ediciones/rev74/pasoapaso_74.pdf > [citado el 31 de Marzo de 2015]

competitividad de las empresas artesanas, bajo el liderazgo de Colombia, Ecuador y Uruguay.

Colombia en el sector de manufacturas y subsector de artesanías (14) como se ve en el tabla 2, cuenta con mercados internacionales potenciales como Estados Unidos, Alemania y España; y tiene una oferta en todas las regiones del país²⁷:

Tabla 2: Sectores y Subsectores de Artesanías En Colombia

MANUFACTURAS INCLUIDAS PRENDAS DE VESTIR		MERCADOS POTENCIALES
14	Artesanías	EE.UU., Alemania y España.
15	Cosméticos y productos de aseo	EE.UU., Canadá, México, Costa Rica, Caribe, Brasil, Guatemala, Rusia, Suiza y España.
16	Artículos de dotación	EE.UU., Canadá, México, Costa Rica, Caribe, Guatemala, El Salvador, Honduras, Ecuador, Chile, Brasil y España.
17	Envases y empaques	EE.UU., Costa Rica, Ecuador, Perú, Brasil y Caribe.
18	Materiales de construcción: cemento, revestimientos, arcilla y piedra.	EE.UU., México, Chile, Panamá, Costa Rica, Guatemala, Perú, Bolivia, Brasil y España.
19	Madera	China, India, Taipei, República Dominicana, Japón y Francia.
20	Autopartes	Canadá, EE.UU., Costa Rica, Ecuador, Perú, México, Brasil, Chile, Panamá y Caribe.
21	Plástico y caucho	EE.UU., Canadá, Perú, República Dominicana, Francia, Holanda, China y Suecia.

Fuente: Procolombia

El más reciente censo económico nacional del sector artesanal estima existen 400.000 artesanos residentes en unos 480 municipios de 30 departamentos, y que de la actividad artesanal dependen alrededor de 1.200.000 personas en todo el país²⁸.

Nariño, con 60.000, es el departamento con el mayor número de artesanos. Sucre, con 45.000, es segundo, seguido de Boyacá, con 40.000. Esto nos arroja un 70% de artesanos de los cuales alrededor de 280.000 son rurales.

Del total de la producción los porcentajes están así: el 30% trabaja a mano y el 60% utiliza herramientas para apoyar su trabajo manual. El 57% se dedica a la tejeduría, el 14% a la madera, el 8% a la cerámica, el 4% al cuero, el 3% a la alfarería, el 2% a los metales y el 1% al vidrio²⁹.

²⁷ PROCOLOMBIA, Colombia Mas Cerca De Los negocios [En línea]< http://www.procolombia.co/sites/default/files/periodico_de_oportunidades_2013.pdf> [Citado 5 Enero 2015]

²⁸ EXPOARTESANÍAS, Escenario Perfecto Para Cerrar El Año Con Broche De Oro El Buen Momento Del Sector [En línea] < <http://corferias.com/?doc=modulos/noticias/view&id=182&intldioma=1&Strldioma=es> > [Citado 4 Noviembre 2014]

²⁹ EXPOARTESANÍAS, Escenario Perfecto Para Cerrar El Año Con Broche De Oro El Buen Momento Del Sector [En línea] <

Colombia se destaca principalmente en el área de tejidos, las hamacas de San Jacinto, Bolívar, los Sombreros Vueltiaos de Córdoba y Sucre, y los sombreros de Jipijapa de Sandoná, Nariño, gozan de una fama bien merecida a nivel mundial. Así como las ruanas de Nobsa, Boyacá, los bordados de Cartago, las molas del Urabá antioqueño y los tejidos en crochet de los indígenas Wayúu se han sabido ganar su propio lugar.

El Sombrero Vueltiao es elaborado desde hace 300 años de una fibra natural proveniente de una palmera, conocida como Caña Flecha que crece en las riberas de los ríos y ciénagas de la costa atlántica. Mientras que en Sandoná, 30 kilómetros al occidente de Pasto, las mujeres utilizan la fibra de la Palma de Iraca o Palma Toquilla para tejer el sombrero de Jipijapa.

En Guacamayas, Boyacá, las mujeres usan el Fique de Maguey para elaborar bolsos, cunas, floreros y fruteros, mientras que en el Pacífico las indígenas wawnanas utilizan la fibra de los cogollos de la Palma del Güerregue con la que elaboran canastos.

Por otra parte, en Chiquinquirá los artesanos utilizan la tagua o marfil vegetal (una palma espinosa) para elaborar miniaturas como fichas de ajedrez y pesebres, así como manillas, aretes, collares y perlas.

Pasto guarda una tradición que ya tiene marca registrada en todo el mundo. Allí, los artesanos utilizan la planta del Mopa-Mopa, endémica del sur en la selva amazónica en el departamento del Putumayo al sur oeste de Colombia³⁰.

2.8. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR ARTESANAL

El proceso de la ampliación de mercados debido a diferentes acuerdos comerciales que se realizan con nuestros principales socios comerciales y que brindan la oportunidad de ingresar a esos mercados con una posición más competitiva, han ofrecido al sector artesanal la oportunidad de llevar su legado artesanal de la región a otros países para transmitir la cultura del país. La artesanía Colombiana se ha perfilado como un producto de exportación reconocido a nivel internacional. Motivo por el cual el gobierno Colombiano hace énfasis en la formulación de políticas de mercadeo internacional propensas al incremento y diversificación de la oferta productiva exportable con la utilización de instrumentos facilitadores de la labor exportadora que consoliden y estimulen su desarrollo.

<http://corferias.com/?doc=modulos/noticias/view&id=182&intldioma=1&Strldioma=es> >[Citado 4
Noviembre 2014]

³⁰ ARTESANIAS DE COLOMBIA, Mopa Mopa [En línea] <
http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/mopa-mopa_5443 >[Citado 4
Noviembre 2014]

Esta apertura de mercados también despertó el interés en diferentes entidades que apoyará o generarán programas y recursos que apoyan el sector artesanal, para su desarrollo y apoyan la exportación del producto con el fin de ayudar a disminuir el déficit de la balanza comercial.

En los últimos años el crecimiento del sector artesanal de acuerdo con el gremio de los artesanos, los maestros colombianos produjeron en el 2014 alrededor de 60 millones de piezas, cuya comercialización se estima en un poco más de 500 mil millones de pesos. Sólo las exportaciones superan ya los 80 millones de dólares, confirma Proexport y según Artesanías de Colombia, este es el resultado de un proceso de largo aliento en el que los artesanos han decidido reaccionar en forma oportuna a los nuevos y crecientes desafíos mundiales introduciéndose en prácticas de diseño e innovación sin dejar de lado sus raíces culturales³¹.

Así mismo este sector es considerado como uno de los sectores de mayor proyección internacional, ya que cuenta con un valor agregado como ser un producto representativo de la cultura Colombiana, el cual es categórico no solo por la agregación de valor cultural sino por su calidad, grado de innovación y diferenciación. Todas estas son características esenciales para imponer su presencia en los mercados internacionales generando el incremento de la demanda internacional representando el aumento de las exportaciones en el sector.

2.9. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANIAS EN LA UNIÓN EUROPEA

Colombia es un país ampliamente atractivo para fortalecer el sector de la producción de artesanías, y a nivel internacional son muchos los productos artesanales que se venden, por esta razón como bien afirma Aida Furmanski el Gerente General de Artesanías de Colombia “Buscamos nichos internacionales, porque sin duda en el exterior valoran mucho el trabajo hecho a mano y el de nuestros artesanos colombianos es maravilloso y de primera calidad”³².

En la actualidad se cuenta con un acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea, motivo por el cual en los últimos años ha habido un incremento en el comercio entre estos países, permitiendo oportunidades de negocios al exportador Colombiano. Con el fin de internacionalizar y posicionar en este mercado las artesanías de la región.

Según el informe mas reciente realizado por el Centro para la Promoción de Importaciones desde países en desarrollo, presento que el sector de artículos artesanales contemporáneos en un nicho con gran proyección comercial en esa zona. Durante los próximos años los Europeos destinarán cada vez más dinero a la

³¹ ARTESANIAS DE COLOMBIA, Gestión de procesos [En Línea] < http://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/15645_informe-de-logros-gestion-por-procesos-2014.pdf > [Citado 4 Noviembre 2014]

³²ARTESANIAS DE COLOMBIA, Las artesanías de Colombia abren el mercado Europeo [En Línea]< http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/las-artesantias-colombianas-se-abren-mercado-en-europa_4659> [Citado 2 Enero 2015]

adquisición de artículos para regalo y decoración; invertirán especialmente en aquellos que se basen en diseños actuales y con nuevas aplicaciones³³.

En el mercado Europeo el consumidor tiende a comprar productos con valores sociales y culturales que den personalidad a los espacios en sus hogares. Una de las características de los ingleses es su gusto por los productos vintage que reflejan un estilo clásico enfocado al Siglo XX, asimismo, les interesan productos con características de culturas exóticas. El consumidor busca para su casa artículos de decoración resistentes y armónicos. También se preocupan por el medioambiente y por los temas sociales, así que esta característica se convierte en un valor agregado a la hora de ofertar este tipo de productos.

2.10. ENTIDADES DE PROMOCIÓN Y APOYO A LAS EXPORTACIONES DE ARTESANÍAS

- Artesanías De Colombia S.A.: Es una empresa de economía mixta, adscrita al Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Contribuye al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas. Artesanías de Colombia tiene como principal objetivo incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, logrando un desarrollo integral sostenido que se manifieste en el mejoramiento del nivel de vida, que se refleje tanto en un índice creciente de ingresos y espacios de participación social, como en una mayor productividad y posicionamiento de la artesanía en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

Entre las líneas de acción de Artesanías de Colombia está la promoción y participación de las empresas artesanas en eventos comerciales especializados como Expoartesanías, Manofacto y rondas de negocios³⁴.

- PROEXPORT: Es la entidad que promueve las exportaciones colombianas, mediante el apoyo y la asesoría integral a los empresarios nacionales en sus actividades de mercadeo internacional, a través de servicios que facilitan el diseño y ejecución de un Plan Exportador. En cumplimiento de estos propósitos, contribuye al desarrollo de una cultura exportadora, con énfasis en la competitividad y la productividad, de acuerdo con el Plan Estratégico Exportador del Ministerio de Comercio Exterior.

Adicionalmente, ofrece servicios especializados a los empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos. A través de sus Oficinas

³³ SOYENTREPRENEUR, Artesanías en Europa [En línea] <
<http://www.soyentrepreneur.com/artesantias-en-europa.html> > [Citado 2 Enero 2015]

³⁴ SINIC, Colombia cultural [En Línea]
<http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDe p=11&COLTEM=217> > [Citado 4 De Marzo 2015]

Comerciales en el exterior, actúa como puente de contacto entre los empresarios tanto en actividades de promoción comercial como de inversión³⁵.

- **BANCOLDEX:** Tiene como objetivo promocionar las exportaciones por medio de la financiación de la producción o comercialización de productos nacionales en mercados externos a corto, mediano y largo plazo. Apoyo financiero, recursos y respaldos hacia el plan estratégico exportador³⁶.
- **MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO:** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es una entidad del Estado que apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, lo cual permitirá consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales³⁷.
- **FIDUCOLDEX:** Es una sociedad de servicios financieros creada en el año de 1992, constituida bajo la forma de sociedad comercial anónima de economía mixta indirecta del orden nacional, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fiducoldex es filial del Banco de Comercio Exterior –Bancoldex- y son también accionistas de la Fiduciaria 5 Cámaras de Comercio y 9 gremios.³⁸
- **PROCOLOMBIA:** Entidad dedicada a la promoción y apoyo de las exportaciones no tradicionales Colombianas. Igualmente, ofrece apoyo y asesoría integral a los empresarios Colombianos en sus actividades de mercadeo internacional mediante el diseño y ejecución de un plan exportador. Adicionalmente ofrece servicios especializados a usuarios extranjeros interesados en adquirir los bienes y servicios del país y realiza promoción comercial y de inversión a través de las oficinas comerciales en el exterior³⁹.
- **FAREX:** Promueve y resalta la cultura colombiana por medio de una exhibición de artesanías de alta calidad Facilitarle a los artesanos la apertura de nuevos mercados para sus productos y crear oportunidades de negocios.
- **CBI(Centro para la Promoción de Importaciones desde países en desarrollo):** Contribuir al desarrollo económico sostenible en países en desarrollo a través de la expansión de las exportaciones desde estos países hacia Europa.

³⁵ MANUAL DEL EXPORTADOR ,Proexport [En Línea]< http://interletras.com/manualcci/incentivos_servicios/incentivos09.htm > [4 De Marzo 2015]

³⁶BANCOLDEX [En Línea]< <http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Que-es-Bancoldex.aspx>> [Citado 2 Febrero 2015]

³⁷MINCIT [En Línea]< <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=69> > [Citado 2 Febrero 2015]

³⁸ FIDUCOLDEX [En Línea] < <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=9048> > [Citado 5 De Marzo 2015]

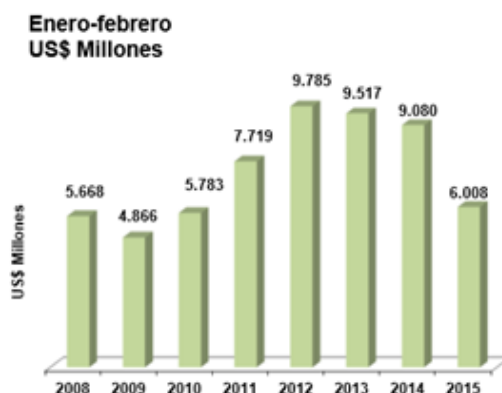
³⁹ PROCOLOMBIA [En Línea] < <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia> > [Citado 5 De Marzo 2015]

3. PANORAMA EXPORTADOR DE ARTESANIAS EN COLOMBIA

3.1. EXPORTACIONES EN COLOMBIA

En los dos primeros meses del año 2015, las exportaciones colombianas registraron una disminución de 33,8 % con relación al año anterior como se ve en la ilustración 1, debido principalmente a la reducción de 47,3 % en las ventas externas del grupo combustibles y productos de las industrias extractivas, de 45,9 % en el grupo otros sectores y de 8,5 % en el grupo de manufacturas⁴⁰.

Ilustración 1: Exportaciones Totales De Colombia



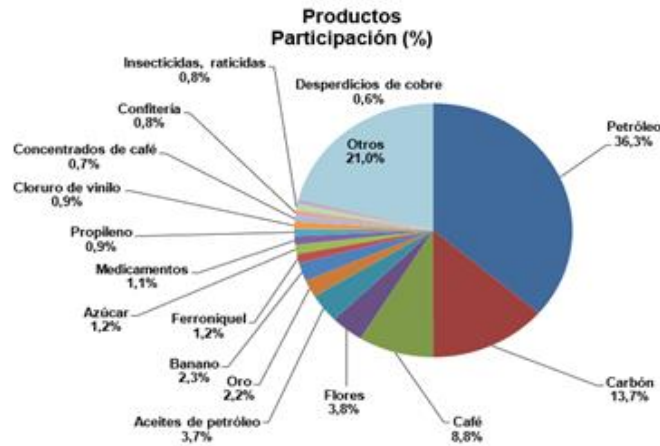
Fuente: Comercio Exterior De Colombia

Tomando en Cuenta la participación por productos de Enero a Febrero de 2015 se generaron exportaciones totales por US\$6.008 millones, las cuales respecto al primer bimestre de 2014 en puntos porcentuales, ganaron participación: café (+5,1), carbón (3,5%), flores (+1,3). Redujeron su participación: petróleo (-12,6), aceites de petróleo (-4) y oro (0,5). ⁴¹A continuación en la ilustración 2 se muestra la participación porcentual por productos, los cuales se destacan por su participación el petróleo con un 36,3%, otros con un 21%, el carbón con un 13,7% y el café con un 8,8%.

⁴⁰ PROCOLOMBIA. Informe de turismo, inversión y exportaciones [En Línea]<
<http://www.procolombia.co/publicaciones/informe-turismo-inversion-y-exportaciones> > [Citado 3
Mayo 2015]

⁴¹ PROCOLOMBIA, Informe de turismo, inversión y exportaciones [En Línea]<
<http://www.procolombia.co/publicaciones/informe-turismo-inversion-y-exportaciones> > [Citado 3
Mayo 2015]

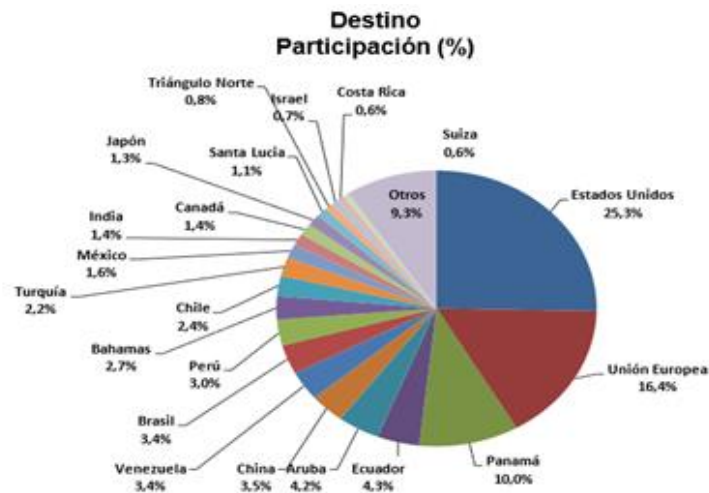
Ilustración 2 Participación Por Productos



Fuente: Comercio Exterior De Colombia

Los países destino con mayor participación en las exportaciones son Estados Unidos con un 25,3% , La Unión Europea con un 16,4 % y Panamá con un 10%, como se ve en la ilustración 3. Frente al primer bimestre de 2014 en puntos porcentuales, ganaron participación: Panamá (+3,6), Bahamas (2,5), Aruba (+1,9). Redujeron su participación: India (-8,7), Estados Unidos (-3,4), China (-7,5), entre otros⁴².

Ilustración 3: Participación Por Productos

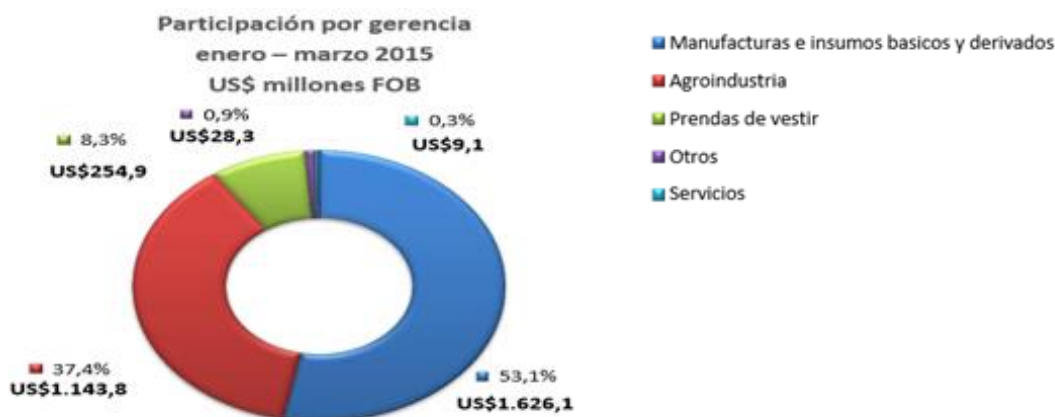


Fuente: Comercio Exterior De Colombia

⁴² PROCOLOMBIA, Informe de inversión y exportaciones [En Línea]< <http://www.procolombia.co/publicaciones/informe-turismo-inversion-y-exportaciones> > [Citado 3 Mayo 2015]

Por otra parte la gerencia con la mayor participación en las exportaciones fue la manufacturera con exportaciones de US\$1.626 millones (53%), como se ve en la ilustración 4⁴³.

Ilustración 4: Participación de exportación por gerencia



Fuente: Procolombia

3.2. EXPORTACIONES DE ARTESANIAS EN COLOMBIA

Tabla 3: Exportaciones de artesanías Colombianas por sector y subsector de promoción de Proexport

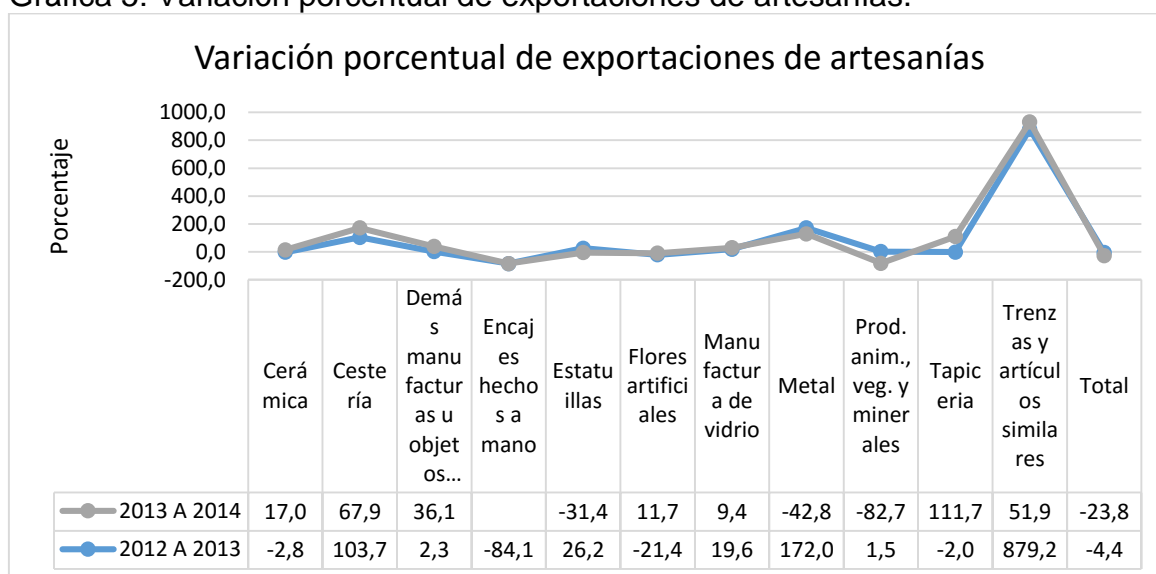
AÑO	2012	2013	2014	2015 (Enero-Mayo)	TOTAL
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	
Cerámica	22980476	22346375	26138135	5517488	76982475
Cestería	106084	216095	362870	61490	746540
Demás manufacturas u objetos de adorno	943294	965402	1314355	174079	3397131
Encajes hechos a mano	304	48			353
Estatuillas	1001065	1263829	866811	151421	3283127
Flores artificiales	13834642	10872549	12148303	2004219	38859714
Manufactura de vidrio	181139	216576	237031	12224	646972

⁴³ PROCOLOMBIA, Informe de exportaciones [En Línea] <
<http://www.colombiatrading.com.co/herramientas/informes-consolidados> > [Citado 5 De Marzo 2015]

Metal	15664	42607	24374	23	82669
Productos, animales, vegetales y minerales	23120610	23465556	4066221	60799	50713188
Tapicería	40341	39532	83681	58953	222508
Trenzas y artículos similares	9517	93202	141563	38260	282544
Total	62233143	59521775	45383348	8078959	175217227

Fuente: Procolombia

Gráfica 5: Variación porcentual de exportaciones de artesanías.



Fuente: Procolombia

Analizando la Tabla 3 en el año 2014 el país exportó 45'383.348,81 millones de dólares en artesanías, de las cuales para este año sobresalen por su participación y crecimiento, subsectores tradicionales como las cerámicas y las flores artificiales. También se observa una disminución en las exportaciones desde el año 2012 al año 2014 las cuales van de la mano con la tendencia en la disminución de exportaciones en el país.

En la gráfica 10, se observa que en el periodo del 2013 al 2014 hubo una disminución porcentual en la exportación de artesanías como las estatuillas, el metal y los Productos. Animales, vegetales y minerales. La disminución de estas artesanías no muestra un comportamiento similar al del periodo anterior 2012-2013 en el que las artesanías como cerámica, encajes hechos a mano, flores artificiales y tapicería fueron los productos con mayor disminución porcentual. Esto permite concluir que no hay un parámetro específico de seguimiento que permita analizar el comportamiento del resultado final en la disminución de la exportación de las artesanías.

Finalmente a pesar de la disminución de exportación de artesanías en Colombia. El sector artesanal Colombiano ha venido aumentando su participación en la economía del país, formando parte importante del grupo de exportaciones no mineras que ayudan al crecimiento y fortalecimiento de las mipymes quienes sin protagonistas de la diversificación y el crecimiento sostenido en el país. Este sector en los últimos cinco años vendieron al exterior 1.193 productos más que las grandes empresas, contribuyendo con el 66% de la canasta exportable del país y llegando a clientes en 170 mercados.

Si bien el 93% de las ventas no mineras las hacen las micro, pequeñas y grandes empresas, su grado de internacionalización aún no refleja su verdadero potencial. Su internacionalización es determinante para la creación de nuevos empleos, la formalización laboral y la inclusión de comunidades minoritarias a la dinámica comercial y por ende a sus beneficios.

En harás de duplicar la base exportadora del país, las mipymes son la opción más prometedora. El país tiene el potencial para aumentar su presencia a nivel internacional como se observa en las ventas externas de productos no mineros que tuvieron un crecimiento del 19% entre 2010 y 2014, equivalente a un aumento anual del 4,4%. El mundo busca lo que Colombia produce y por esto se requieren más empresas que acepten el reto de traspasar fronteras⁴⁴.

3.3. EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL MERCADO EUROPEO

A partir de la entrada en vigencia del Acuerdo entre los países, el 100% de las exportaciones de bienes industriales colombianos tienen libre acceso al mercado europeo y las oportunidades para el crecimiento y conquista de nuevos compradores es múltiple.

La UE es el segundo mayor socio comercial de Colombia después de los Estados Unidos, representando casi el 15% del comercio colombiano con el mundo. El comercio entre ambos países alcanzó niveles de más de € 13 billones en 2013. En este año Colombia exportó a la UE productos por un valor de € 7.676 millones, consistentes principalmente en bienes primarios y agrícolas. Colombia importó de la UE bienes manufacturados y con un alto valor agregado por un total de € 5.869 millones, como se observa en la ilustración 5⁴⁵.

Las importaciones provenientes de Colombia hacia Europa han incrementado notablemente en la última década. Desde 2004 hasta 2013, el valor total de las importaciones ha crecido 157.56%.

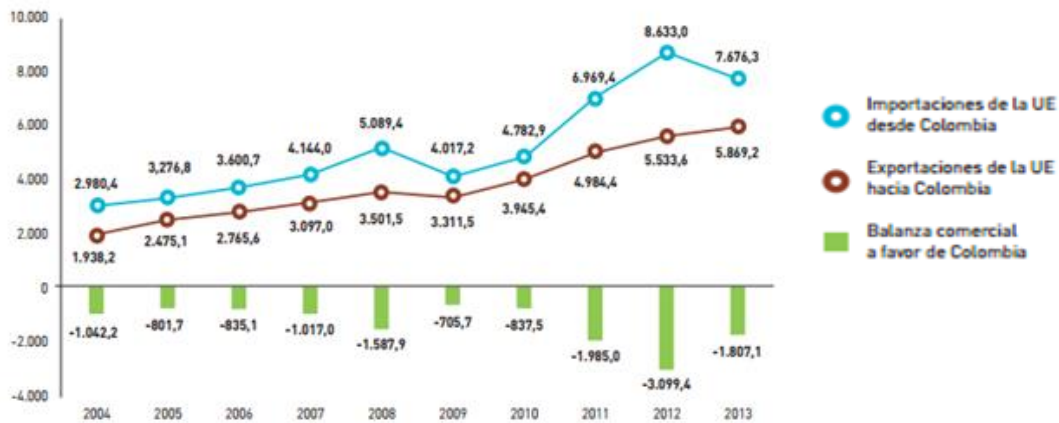
⁴⁴ PROCOLOMBIA, Exportar el camino para crecer [En Línea] <
<http://www.procolombia.co/noticias/exportar-el-camino-para-crecer> >[Citado 3 Noviembre 2014]

⁴⁵ DELEGACION DE LA UNION EUROPEA, Comercio bilateral entre la unión europea y Colombia [En Línea] <
http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/eu_colombia/trade_relation/bilateral_trade/index_es.htm > [Citado 2 Marzo De 2015]

En el primer año desde la entrada en vigor del Acuerdo Comercial entre estos países, el 1 de agosto de 2013, las exportaciones desde Colombia crecieron 10.21% totalizando € 8.292,7 millones.

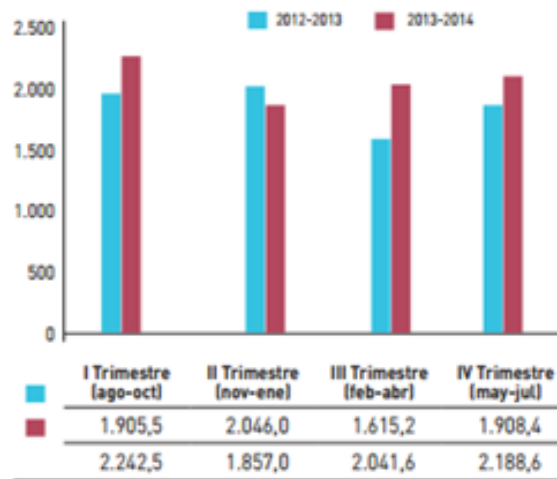
La mayor tasa de crecimiento en las importaciones desde Colombia, como se ve en la ilustración 6, se registró en el tercer trimestre del primer año de implementación del Acuerdo (febrero – abril 2014) cuando las importaciones de bienes aumentaron un 26,4% con respecto al mismo periodo de 2013.

Ilustración 5: Comercio Bilateral Entre Colombia Y La UE



Fuente: Delegación de la Unión Europea En Colombia

Ilustración 6: Evolución total importaciones de la UE desde Colombia.



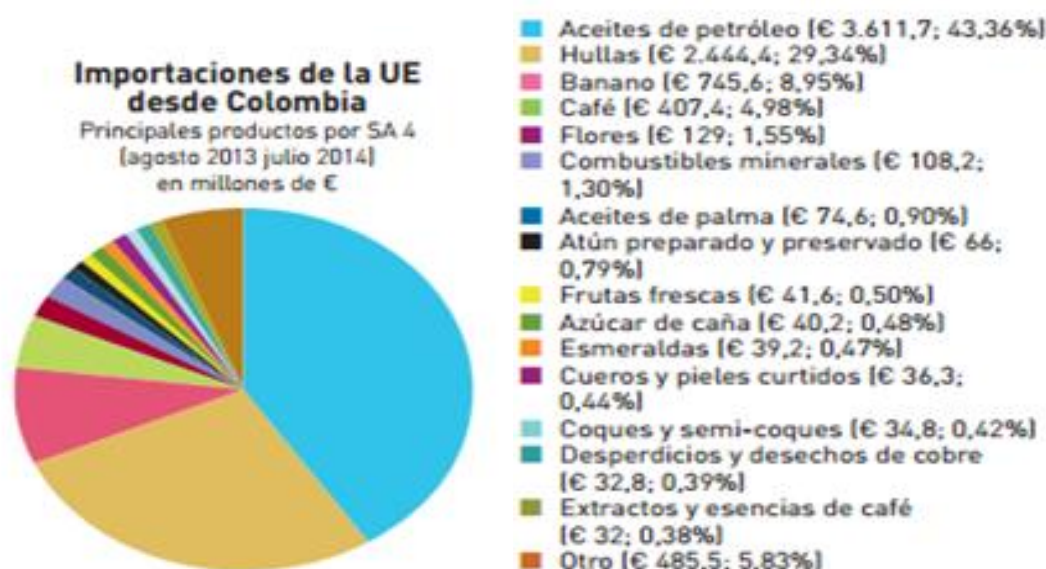
Fuente: Delegación de la Unión Europea En Colombia

En el periodo agosto 2013 julio 2014, como se observa en la ilustración 7, las importaciones desde Colombia se concentraron en aceites de petróleo, carbón y combustibles minerales (74,46%), banano (8,95%), café (4,98%), flores (1,55%) y grasas y aceites animales o vegetales (1,30%).

Entre los sectores que presentaron altas tasas de crecimiento gracias al Acuerdo Comercial se destacan los azúcares y los artículos de confitería (+205,04%) totalizando € 44,7 millones, el cacao y sus preparaciones (+52,26%) por un valor total de € 11,8 millones, el tabaco (+14,10%) registrando un valor de € 20,1 millones y las preparaciones de frutas (+39,18%) totalizando € 14 millones.

El crecimiento de las importaciones de la UE desde Colombia fue jalonado adicionalmente por los capítulos correspondientes a combustibles minerales (+24,16%; 6.202,7 millones), café, té, hierba y mate (+4,99%; € 408 millones), plantas vivas y productos de la floricultura (+6,47%; € 129,8 millones), atún preparado y preservado (+6,11%; € 66 millones), pieles y cueros (+42,61%; € 45,6 millones), piedras, metales preciosos y bisutería (+17,10%; € 44,2 millones), cobre y sus manufacturas (+42,93%; 32,8 millones), entre otros. Cabe anotar que las importaciones de ferróníquel desde Colombia se redujeron un 77,93% de € 132,2 millones a € 29,1 millones.

Ilustración 7: Principales productos de Importaciones De La UE desde Colombia



Fuente: Delegación de la Unión Europea En Colombia

Las importaciones desde Colombia desglosadas por Estado Miembro de la UE demuestran que éstas se concentran en unos pocos países. Así, seis Estados Miembros conformaron el 90,5% del total importado por la UE desde Colombia.

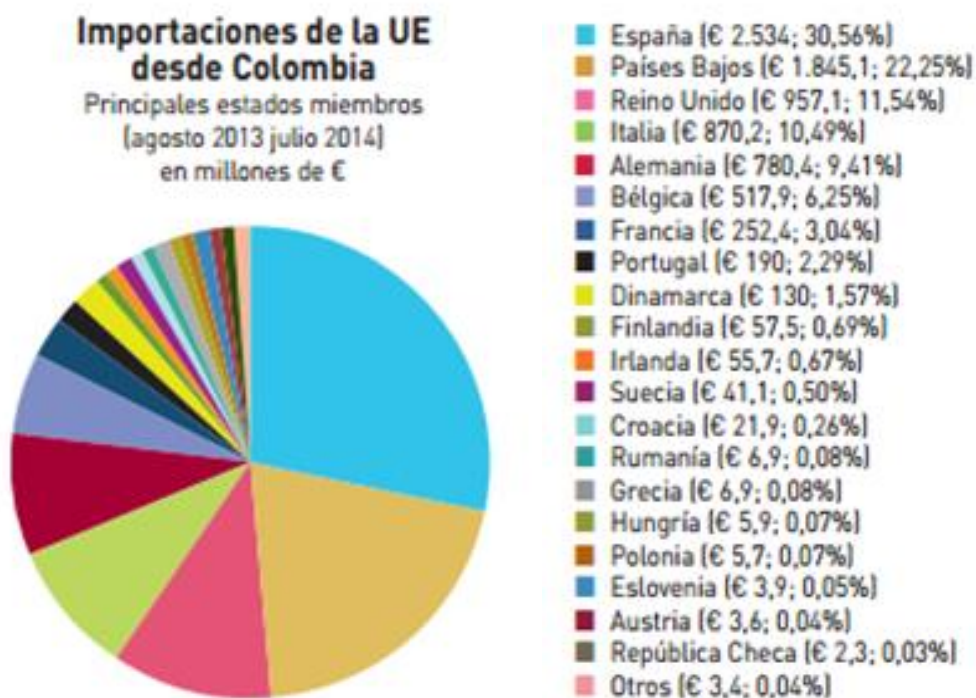
Entre los principales países de la UE que han registrado aumentos importantes en materia de importaciones desde Colombia, como se ve en la ilustración 8, se

encuentran en orden de valor España (+53,10%), Italia (+78,72%), Alemania (+17,79%), Finlandia (+16,84%), Polonia (+17,15%), Eslovenia (+378,79%), Bulgaria (+108,54%) y Estonia (+1.327,86%).

En el primer año de la implementación del Acuerdo Comercial, las importaciones desde Colombia conformaron sólo el 0,49% del total importado por la UE desde terceros países, que registró en el periodo agosto 2013 – julio 2014 un valor total de € 1.680.540,5 millones.

Colombia se ubicó en el puesto 41 de los proveedores de la UE. A nivel de América Latina, se convirtió en este periodo en el cuarto proveedor de la UE en materia de importaciones después de Brasil, México y Chile, pero superando a Argentina y por delante de Perú, como se ve en la ilustración 9⁴⁶.

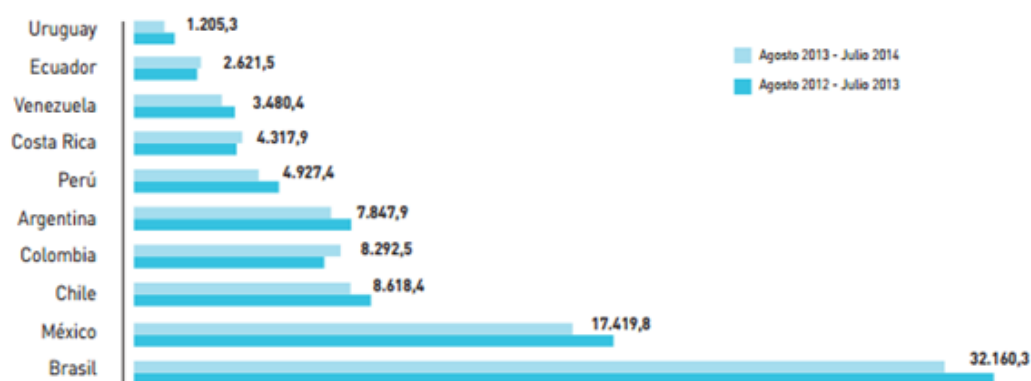
Ilustración 8: Principales Países De Importaciones De La UE desde Colombia



Fuente: Delegación de la Unión Europea En Colombia

⁴⁶ Comercio de bienes entre la unión Europea y Colombia [En Línea] <http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/documents/press_corner/25-02-15-publicacion-primer-ano-de-entrada-en-vigorc-final-alta-resolucion.pdf> [Citado 4 De Enero 2015]

Ilustración 9: Importaciones De La UE desde América Latina



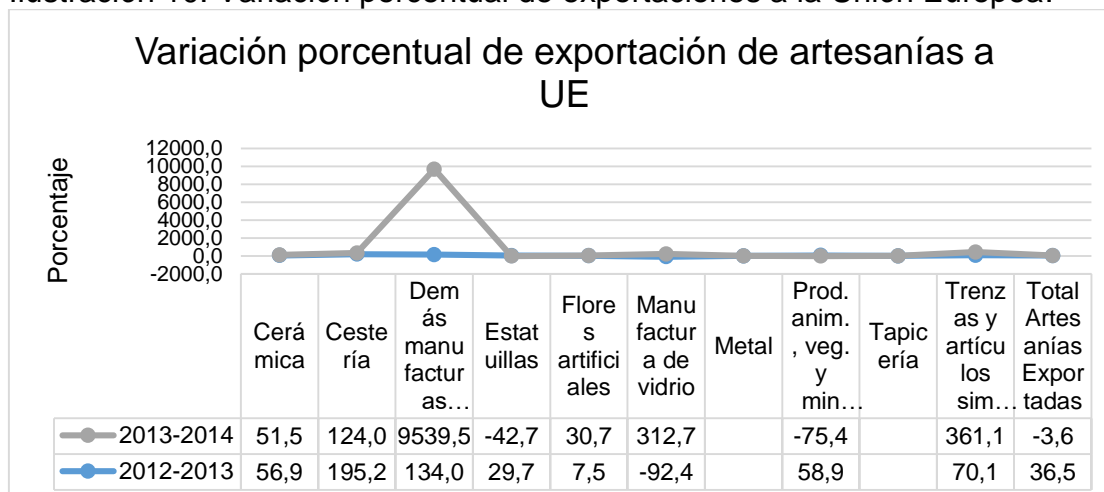
Fuente: Delegación de la Unión Europea En Colombia

3.4. LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL MERCADO EUROPEO

Por su dimensión geográfica, número de habitantes, poder adquisitivo y diversidad cultural, la Unión Europea (UE) constituye el mercado con mayor demanda de productos y servicios. Con una población de más de 500 millones de personas y un PIB1 16%, mayor al de Estados Unidos, la Unión Europea es la primera potencia económica del mundo⁴⁷.

La exportación de artesanías hacia este sector en el último año alcanzó los 10248600,19 millones de dólares, donde los productos artesanales más representativos fueron las flores artificiales con un valor de 4578670,36 millones de dólares, seguida por la Cerámica y Demás manufacturas u objetos de adorno, como se observa en el Anexo 1.

Ilustración 10: Variación porcentual de exportaciones a la Unión Europea.



Fuente: Procolombia

⁴⁷ PROCOLOMBIA, sector de manufactura [En Línea] < <http://ue.procolombia.co/oportunidad-portal/sector/manufactura-y-prendas-de-vestir> > [Citado 4 De Enero 2015]

Durante el último periodo 2013-2014 se notó una disminución de Exportación de artesanías hacia el mercado Europeo. Algunos subsectores más afectados son las Estatuillas y Productos, animales, vegetales y minerales.

En el Anexo 1 se observa que para el 2014 las artesanías en cerámica tuvieron una mayor exportación en España con 1'763.540 millones de dólares y Países bajos con 1'302.330 millones de dólares. La cestería en Suiza 103.639 mil dólares. Demás manufacturas u objetos de adorno en Suiza 309.905 mil dólares. Las estatuillas Alemania con 78.324 mil dólares y Italia con 47.620 mil dólares. Las flores artificiales en España con 2'296.049 millones de dólares y Francia con 94.3134 mil dólares. Manufactura de vidrio en Alemania con 4.500 mil dólares. Productos, animales, vegetales y minerales en Alemania 738.370 mil dólares y Italia 247.240 mil dólares. Trenzas y artículos similares en Bélgica 213 mil dólares y Francia 6.691 mil dólares, finalmente las artesanías en el subsector de metal y Tapicería no se registraron Exportaciones para el 2014.

4. ESTUDIO DE MERCADOS

4.1. INVESTIGACION DE MERCADOS

El principal objetivo de la investigación de mercados es comprobar la factibilidad del proyecto, determinando la existencia del mercado potencia para la exportación de artesanías en madera de tono y talla, así mismo se pretende dar satisfacción al cliente determinando las preferencias de los potenciales consumidores a fin de satisfacer sus necesidades.

4.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Determinar la aceptación y el hábito de compra actual de artesanías en madera elaboradas en Torno & Talla, con el fin de encontrar la posible demanda del producto, además de cooperar con el diseño del plan de marketing para la comercialización del producto en Alemania.

4.3. MERCADO OBJETIVO Y MERCADO POTENCIAL

4.3.1. Análisis Del Mercado Europeo

Europa es un consumidor que renueva y cuida el interior de su hogar siguiendo tendencias, es un consumidor que no duda en transformar regularmente sus espacios de vida. Los seniors dedican parte de su tiempo en buscar objetos auténticos y de tendencia lo que aumenta el promedio de gasto. Las nuevas generaciones de solteros evidencian un gusto por la compra de objetos de decoración⁴⁸.

El interés del comprador en la responsabilidad social y el cumplimiento de los estándares de protección del medio ambiente, un consumidor dispuesto a pagar más por un producto que es producido de manera ética y justa. El producto debe reflejar las tradiciones y la cultura de origen. Valoran la historia y el arte del producto.

Actualmente el mercado Europeo está en recuperación de la crisis económica. Los consumidores siguen siendo cautelosos acerca de gastar dinero en productos para el hogar y esto tiene un efecto sobre el consumo. Sin embargo, la creciente confianza del consumidor es una promesa para el futuro y oferta oportunidades para los productores. Tanto la producción y las importaciones se están estabilizando después de la crisis económica, con exportaciones que muestran un aumento⁴⁹.

⁴⁸ PROCOLOMBIA, Artesanías y objetos de madera [En Línea] < http://www.procolombia.co/sites/default/files/oportunidades_en_europa_para_el_sector_manufacturas_-_junio_2013.pptx > [Citado 3 De Abril 2015]

⁴⁹CBI, Trade Statistics for Home Decoration [En Línea] < <http://www.cbi.eu/sites/default/files/study/trade-statistics-europe-home-decoration-2014.pdf> > [Citado 3 De Abril 2015]

El sector de la decoración del hogar está estrechamente vinculada a las condiciones económicas; tan pronto como disminuyan los ingresos, la gente comienza a recortar el no gasto en productos no esenciales, incluyendo artículos para el hogar.

4.4. CARACTERÍSTICAS TENIDAS EN CUENTA PARA LA COMPRA DE ARTESANÍAS EN MADERA.

Las artesanías de madera cumplen funciones prácticas y decorativas, y el auge de las importaciones de las mismas en el mercado europeo obedece a la tendencia de buscar cada vez más productos de aspecto natural, y a reemplazar el plástico por madera, debido al aspecto más lujoso y clásico de las mismas. Los consumidores están dispuestos a pagar precios más altos por productos que se consideran inusuales o únicos, por lo que la característica de que sean hechos a mano, como las artesanías, es muy valorada⁵⁰.

El consumidor Europeo prefiere como tendencia todo lo relacionado a la naturaleza, busca en apariencia formas y alusiones a la cultura étnica de quien las produce y que exprese un sentimiento del grupo étnico, por ello exigen que la artesanía se venda con folletos donde explique su origen y su significado cultural. Esto denota estatus y exclusividad⁵¹, es importante resaltar el origen (Colombia) del producto, el producto debe ser sofisticado en gamas media – alta, debe ser auténtico y con diseño. No hay un color estandarizado, debe seguir la tendencia y temporada, en la gama media-alta, se distinguen colores naturales.

Las artesanías que compran los europeos pueden tener diferentes funciones:

- Productos utilitarios, o sea aquellos que se pueden utilizar en el día a día en el hogar o en el trabajo; estos productos deben ser adaptados a las necesidades de los consumidores europeos. El factor principal que motiva a los europeos a comprar estos artículos es el precio, ya que los comparan con productos similares producidos localmente a precios competitivos. La fabricación y venta de esta clase de artesanías es masiva. Los principales proveedores de este tipo de artesanías utilitarias son China y Vietnam
- Artículos para regalo, son aquellos que se compran para regalarlos en ocasiones especiales (navidad, cumpleaños, día de la madre, San Valentín, etc). El factor que motiva a los europeos a comprar este tipo de artesanías es la calidad del producto
- Objetos artísticos, productos hechos a mano con valor artístico y decorativo, generalmente de carácter étnico. El factor que motiva a los europeos a comprar este tipo de artículos es su carácter de originalidad, exclusividad y autenticidad y están dispuestos a pagar un poco más por ellos. Es por eso que los consumidores de estas artesanías son un grupo más reducido

⁵¹ CBI, Buyer's black box: home decoration [En Línea]<
<http://www.cbi.eu/sites/default/files/study/understanding-european-buyers-europe-home-decoration-textiles-2012.pdf> > [Citado 3 De Abril 2015]

- Souvenirs, productos típicos de otros países, que los consumidores no pueden obtener en sus países de origen. El factor que motiva a los europeos a comprar este tipo de artesanías es el precio.

4.5. TIPOS DE CONSUMIDORES

Los principales tipos de consumidor Europeo⁵² de Artesanías son:

- Consumidor de Paso: es el individuo que realiza sus compras en las estaciones de tren, en las estaciones de servicio, aeropuertos o lugares en que se encuentre de paso.
- Comprador a Domicilio: realiza sus compras por catálogo o medios electrónicos.
- Consumidor Tradicional: realiza sus compras en centros comerciales o tiendas especializadas, agregando un elemento distractor a su actividad de compra.

Estos consumidores se ubican en los siguientes segmentos de mercados⁵³:

- Tradicional: Personas mayores con relación cercana a los almacenes especializados, ubicándose en el rango de marcas tradicionales, su deseo de compra lo inspira el estilo decorativo.
- Ambicioso: Grupo con el mayor poder adquisitivo y en consecuencia el más exigente, gastando el dinero en artículos que expresen belleza y den status. Fáciles de seducir con artículos que tengan diseños especiales y exclusivos.
- Simple y guiado por las tendencias: Se encuentra en el rango de los más jóvenes, pertenece al grupo de los consumidores futuros. Combinan e improvisan de acuerdo con su gusto, orientándose por el precio.

4.6. ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

A nivel global el mercado de las artesanías en madera tiene una situación actual en oferta y demanda del producto en el sector.

La oferta a nivel mundial en el mercado de las artesanías de madera es abastecido principalmente por países exportadores de productos del sector, siendo los principales países proveedores de este producto como se ve en el anexo 1 China (38,8%), Polonia (8,2%), Alemania (6,5%), Canadá (5,9%) y Estados Unidos de América 5,9%.

⁵² Acuerdo de Asociación entre los países de Centroamérica y la Unión Europea, Perfil del consumidor Europeo [En Línea] <<http://web.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn1/btn1-itm3-perfil-del-consumidor-europeo.pdf> > [Citado 3 De Abril 2015]

⁵³ Acuerdo de Asociación entre los países de Centroamérica y la Unión Europea, Tendencias del consumidor Europeo [En Línea] <<http://web.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn1/btn1-itm3-desca-tendencias-del-comsumidor-europeo.pdf> > [Citado 3 De Abril 2015]

En el mercado de las artesanías de madera los principales países demandantes en Europa como se ve en el anexo 1 son Alemania (12,7%), Francia (5,6%) y el Reino Unido (5,4%), estos países son los principales importadores de productos del sector. A nivel local existen centros de producción en algunas áreas como Erzgebirge, Bayerischer Wald, Odenwald y Oberammergau para Accesorios de Madera, estatuas y objetos similares⁵⁴.

Las exportaciones de artesanías en madera o manufacturas en madera en Colombia representan un 0,01% de las exportaciones mundiales para el sector, su posición relativa en las exportaciones mundiales es el 81⁵⁵. En el anexo 1 se pueden observar los principales países Europeos importadores de artesanías en madera exportadas por Colombia en el 2014.

Debido a que actualmente no se encuentra un estudio puntual de las artesanías en madera realizadas en Torno & Talla que permita identificar la demanda y la oferta exacta del producto en el mercado, se buscó la forma de identificarlas con características principales del producto como lo es su uso e identificación arancelaria, es decir se estudió el sector de las artesanías a un nivel más particular analizando el comportamiento del mercado bajo el ítem del subsector de manufacturas u objetos de adorno y también con el código arancelario de Estatuillas y demás objetos de adorno de madera.

El mercado Europeo para el subsector de manufacturas u objetos de adorno tiene como principales proveedores al interior del País como Bogotá, Antioquia, Cundinamarca y Caldas. Los principales países compradores de este subsector en Europa son Austria, Bélgica, España, Italia, Países Bajos, Reino Unido y Suiza⁵⁶. Toda esta información se resume en el anexo 1.

Puntualmente a nivel nacional, la competencia esta representada por Comercializadoras Internacionales de Artesanías(CI), según el directorio de exportadores de la DIAN, en el siguiente tabla 4 se muestra las principales empresas exportadoras competidoras filtradas por el mismo código arancelario de la empresa 4420.10.00.00 Estatuillas y demás objetos de adorno de madera⁵⁷ son:

⁵⁴ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERÚ, Proyecto UE Y Perú [En Línea] < <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/93.pdf> > [Citado 4 De Abril 2015]

⁵⁵ ITC, Trademap [En Línea] < http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|170|||4421||4|1|1|2|1||2|1|1 > [Citado 4 De Abril 2015]

⁵⁶ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERÚ, Proyecto UE Y Perú [En Línea] < <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/93.pdf> > [Citado 4 De Abril 2015]

⁵⁷ DIAN, Directorio de importadores y exportadores [En Línea] < <http://www.dian.gov.co/dian/14cifrasgestion.nsf/e7f1561e16ab32b105256f0e00741478/6bd6a0a2a2b2bf31e05257360007ed9a9?OpenDocument> > [Citado 4 De Abril 2015]

Tabla 4: Empresas exportadoras de estatuillas y demás objetos de adorno, de madera.

NIT	EMPRESA EXPORTADORA
30717681	LOPEZ DORADO ANA MARIA
51586656	OBANDO MATABAJAY GLADYS ELISA
35330958	CASTILLO VARGAS ELIZABETH
16840078	RIVAS VEGA DIEGO FERNANDO
900779688	DISTRIMAQUETAS SAS
800091022	EMBAJADA DE LA REPUBLICA ISLAMICA DE IRAN
900193984	M.A.G. BUSINESS AND SERVICES S.A.S
31866231	GIRALDO OSSA LUZ EDITH
900282453	DISTRIBUCIONES ARTISTICAS S.A.S.

Fuente: DIAN

Adicionalmente Proexport maneja una base de las empresas que realizan exportaciones y sus principales compradores. A continuación en el anexo 1 se muestran las empresas que bajo este código arancelario realizaron exportaciones hacia Europa desde el 2012 y la empresa destino. Se puede observar que los principales países destino de estas artesanías son Italia, España, Alemania, Rusia, Republica Dominicana, Francia y Reino Unido.

4.7. SEGMENTACION DEL MERCADO

Para lograr la venta de artesanías hay que acudir a mercados con potencial adquisitivo donde existan personas con un deseo de consumo para productos de lujo o elementos de diseño. Estas cateréticas generalmente se encuentran en mercados con ingresos relativamente altos. Se requiere consumidores que con sus ingresos tengan la capacidad adquisitiva de los productos o por lo menos tienen créditos necesarios para poder hacer dichas adquisiciones.

Entre los mercados con mayor poder adquisitivo están los Estados Norteamericanos, algunos países Árabes, Japón, Australia y la mayoría de los países europeos, pero para la realización del proyecto de escogieron los países Europeos.

Los mercados de la Unión Europea hay algunos con más potencial adquisitivo que otros y países con más potencial para la venta de productos artesanales en madera de Colombia.

Como el objetivo es encontrar el mercado objetivo entre los 50 países que forman el continente Europeo se ha definido según el criterio de relaciones de exportación de artesanías hacia Europa de concentrarse en los siguientes mercados:

- | | |
|-------------|--------------|
| 1. Alemania | 4. Dinamarca |
| 2. Austria | 5. Eslovenia |
| 3. Bélgica | 6. España |

- | | |
|------------------|--------------------------|
| 7. Francia | 12. República Dominicana |
| 8. Italia | 13. Rusia |
| 9. Luxemburgo | 14. Suiza |
| 10. Países Bajos | 15. Turquía |
| 11. Reino Unido | |

De los países anteriormente nombrados según los datos de exportación consignados en el ítem anterior podemos concluir que los países con mayor potencial para la exportación son: Alemania, Austria, España, Italia y Francia.

4.7.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

La calificación de estas variables permitirá elegir el mejor país destino entre todos los países que conforman el continente Europeo para realizar la exportación de artesanías en madera realizadas en Torno & Talla. Por ende se consideraron las variables de la tabla 5, que son las más representativas, que reúnen en cada una de ellas aspectos tanto económicos como culturales que hacen más hincapié en el momento de ejecutar negocios.

Tabla 5: Variables a tener en cuenta para la selección del país destino.

Variable	Importancia
Ubicación	6
Superficie del territorio	5
Infraestructura de transporte	8
Principales ciudades	6
Tráfico	7
Acceso Aéreo y Acceso Marítimo	10

En el Anexo 2 se puede observar la cuantificación de las diferentes características tomadas para la selección del país destino. La metodología utilizada para la cuantificación de las variables fue por medio de un promedio ponderado donde se evaluó cada variable, se asignó una importancia a cada de ellas, estas se evaluaron de 1 al 10 y después se multiplico y se dividió en 52 que es la suma total de la importancia asignada previamente a la variable.

4.7.2. PAIS ESCOGIDO PARA EXPORTAR

Después de cuantificar y analizar las variables como se observa en la tabla 6, el resultado país destino es el país de Alemania con un valor total en la cuantificación de las variables de 9,7.

Tabla 6: Resultados de cuantificación de variables de países destino para la exportación de artesanías de madera en torno & talla.

PAIS	VALOR TOTAL
ALEMANIA	9,7
AUSTRIA	5,3
ESPAÑA	6,9
ITALIA	6,3
FRANCIA	5,9

4.7.3. CARACTERISTICAS GENERALES DEL MERCADO OBJETIVO

Alemania es la mayor economía en Europa, al mismo tiempo que la más sostenible y competitiva, representando la cuarta mayor economía del mundo. Es el segundo exportador a nivel mundial luego de China. Su economía está basada en las pequeñas y medianas empresas, caracterizadas por su alto grado de innovación, las cuales proporcionan el 70% de los puestos de trabajo⁵⁸.

- DATOS GENERALES⁵⁹

- Capital: Berlín
- Idioma: Alemán
- Tipo de gobierno: República federal
- Religión: Protestante 34 %, católica 34 %, otras 32%
- Moneda: Moneda única europea (Euro) (Unión Europea)
- Principales ciudades: Colonia (koln), Frankfurt, Hamburgo, Munich, Stuttgart

- INDICADORES SOCIO-ECONÓMICOS⁶⁰

- PIB(US\$ millones): 3,193,000.00
- PIB per capita (US\$): 39,100.00
- % Crecimiento PIB: 4.89
- Tasa de devaluación(%): -1.66
- Tipo de cambio(moneda del país/USD\$): 0.70
- Tipo de cambio bilateral(moneda del país/CO\$): 2,998.35
- Tasa de desempleo(%): 6.00
- Inflación(%): 0.20
- Riesgo de no pago: AAA

⁵⁸ EMBAJADA ALEMANA DE BOGOTA [En Línea] < <http://www.bogota.diplo.de/> > [Citado 15 De Mayo 2015]

⁵⁹ DATOS MACRO, Alemania: Economía y demografía [En Línea] < <http://www.datosmacro.com/paises/alemania> > [Citado 15 De Mayo 2015]

⁶⁰ BANCO MUNDIAL, Alemania [En Línea] < <http://datos.bancomundial.org/pais/alemania> > [Citado 15 De Mayo 2015]

- LA POBLACIÓN EN CIFRAS⁶¹

- Población total: 80.996.685
- Población urbana: 74,9%
- Población rural: 25,1%
- Densidad de la población: 231 hab/km²
- Población masculina (en %):48,9%
- Población femenina (en %):50,9%
- Población por rangos de edad:
 - 0-14 años: 13% (hombres 5.386.525/mujeres 5.107.336)
 - 15-24 años: 10,6% (hombres 4.367.713/mujeres 4.188.566)
 - 25-54 años: 41,7% (hombres 17.116.346/mujeres 16.664.995)
 - 55-64 años: 13,6% (hombres 5.463.221/mujeres 5.574.166)
 - 65 años y más: 21,1% (hombres 7.468.552/mujeres 9.659.265)
- Hogar ⁶²:
 - 12-29 años viven en su casa familiar.
 - 18-20 años obtienen título de bachiller.
 - Del total de la población la mitad de los hombres de 24 años viven en el hogar de sus padres.
 - Del total de la población el 27% de las mujeres de 24 años viven en el hogar de sus padres.
 - Una de cada cuatro personas es mayor de 60 años, la gran mayoría de las personas mayores vive en su propio domicilio, es socialmente activa, está en contacto con sus hijos y allegados y en general también goza de la salud necesaria para seguir llevando una vida autónoma y organizar activamente su tiempo.
 - Número total de hogares (en millones): 40,1
 - Tamaño promedio de los hogares: 2,2 personas
 - Porcentaje de hogares de 1 persona: 39,2%
 - Porcentaje de hogares de 2 personas: 29,0%
 - Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas: 23,6%
 - Porcentaje de hogares de más de 5 personas: 3,0%
 - Crecimiento natural: 0,28%
 - Edad media: 42 años
 - Gastos de consumo para Ocio y cultura: 8,7%

⁶¹ OECD, Alemania [En Línea] < <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/germany-es/> > [Citado 15 De Mayo 2015]

⁶² SANTANDERTRADE, Mercados de Alemania [En Línea]< <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/llegar-al-consumidor> > [Citado 4 De Enero 2015]

- Tasa de alfabetización⁶³:
 - Hombres 89% son bachilleres
 - Mujeres 84% son bachilleres
 - Más de las dos terceras partes de los egresados de bachillerato inicia estudios superiores en un plazo de tres años. (Técnicos)
 - Hombres y mujeres de 25 y 64 años el 86% obtiene el título de educación superior
 - Mujeres entre 25 y 64 años 45% obtiene un título de educación superior
 - Hombres entre 25 y 64 años 41% obtiene un título de educación superior
 - Las mujeres obtienen el 42% de los títulos de doctorado

- Economía⁶⁴:

El ingreso familiar disponible neto ajustado promedio per cápita es de 31 252 USD al año. Cerca del 73% de las personas entre 15 y 64 años de edad en Alemania tienen un empleo remunerado.

- Empleo⁶⁵:

Cerca del 73% de las personas entre 15 y 64 años de edad en Alemania tienen un empleo remunerado.

- Orígenes étnicos⁶⁶:

Casi uno de cada cinco habitantes (18,4%) tiene raíces extranjeras. Los extranjeros presentes en Alemania procedían de los siguientes países: Turquía (1,7 millón), Italia (0,5 millón), Polonia (0,4 millón), Serbia y Montenegro (0,3 millón), Grecia (0,3 millón), Croacia (0,2 millón) y Rusia (0,18 millón).

4.7.4. ANALISIS DEL MERCADO OBJETIVO

Tabla 7: Estudio De Aspectos Del Mercado Objetivo.

ASPECTO	CONTENIDO
Principales Ciudades	Las principales ciudades de Alemania son Berlin, Hamburgo, Frankfurt, Munich, Stuttgart y Colonia.

⁶³UNIÓN EUROPEA, Alemania [En Línea] < http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/germany/index_es.htm > [Citado 15 De Mayo 2015]

⁶⁴ LA ACTUALIDAD DE ALEMANIA [En Línea] < <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/contenido-home/cifras-y-datos/economia.html> > [Citado 15 De Mayo 2015]

⁶⁵ SANTANDERTRADE, Mercados de Alemania [En Línea]< <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/llegar-al-consumidor> > [Citado 4 De Enero 2015]

⁶⁶ DATOS MACRO, Alemania: Economía y demografía [En Línea] < <http://www.datosmacro.com/paises/alemania> > [Citado 15 De Mayo 2015]

ASPECTO	CONTENIDO
En El Mercado	
Perfil Del Comprador-Consumidor	<p>El consumidor alemán muestra una gran tendencia a comparar precios y a comprar frecuentemente en las "tiendas de descuento". Se deja influir por las ofertas y no duda en visitar varios puntos de venta para aprovechar los precios más atractivos. Este consumidor tiene criterios de selección muy estrictos según el tipo de producto que desea comprar. Para los bienes de consumo duraderos los criterios son, por este orden, la seguridad y la calidad, el prestigio, el confort, la comodidad y el precio. Para los productos del día a día, el único criterio determinante es el precio. Para la compra de equipamientos profesionales, la obsesión por la seguridad conduce a criterios de compra centrados en la calidad, la fiabilidad, el seguimiento del proveedor y el servicio post-venta. El precio no es uno de los criterios determinantes en este tipo de productos. Por el contrario, para los materiales más pequeños o el material industrial, el factor precio es el que se impone.</p>
Definición Del Mercado Objetivo	<p>Es el país más poblado de la Unión Europea. Alemania es un país moderno y abierto al mundo. La sociedad alemana se caracteriza por el pluralismo de estilos de vida y la diversidad de adscripciones etnoculturales. La mayor parte de la población dispone de una buena formación, un nivel de vida elevado en términos comparativos y notables márgenes de autonomía individual. A pesar de los cambios sociales, la familia sigue siendo el grupo social de referencia más importante y los jóvenes tienen una relación muy estrecha con sus padres.</p>
Temporadas de compra	<p>La demanda más fuerte para accesorios del hogar en madera para el consumidor final existe para primavera o sea para el periodo entre febrero y mayo y después también durante navidad entre octubre y diciembre⁶⁷.</p>

Fuente: SANTANDERTRADE

4.8. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Debido a que no hay información actual y a su poca disponibilidad sobre el mercado y hábitos de consumo de las artesanías en madera elaboradas en Torno & Talla, se acudió a la recolección de datos de primera mano. Esta investigación fue diseñada para identificar las características generales y las tendencias

⁶⁷ MINCETUR, Proyecto UE-PERU-PENX [En Línea] < <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/93.pdf> > [Citado 12 De Abril 2015]

correspondientes del mercado para el producto. El estudio tiene como fin identificar y cuantificar los factores relevantes para la introducción de estas artesanías al mercado. Para esto primero se recopilaron características de información de fuentes secundarias, en diferentes entidades como Artesanías de Colombia, Ministerio de Industria y Comercio, Proexport y Trademap.

Una vez definidos los parámetros se desarrolló la encuesta de investigación, seguidamente se procedió a realizar la investigación concluyente mediante la recopilación de la información a través del instrumento de medición y caracterización y el posterior tratamiento de dicha información. Lo anteriormente descrito fue aplicado a la población Alemana por medio de una encuesta electrónica

4.8.1. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

Estos objetivos se basan en los que fueron basados en los cuatro principales elementos del marketing 4(pes): Producto, punto de venta, promoción y precio.

- Determinar posibles hábitos de consumo de artesanías en madera elaboradas en Torno & Talla para la decoración del hogar, con el fin de estimar la demanda posible dentro del mercado objetivo.
- Conocer los hábitos de consumo y compra de artesanías en madera elaboradas en Torno & Talla para la decoración del hogar, con el fin de obtener información para el diseño de plan de mercadeo.
- Determinar cuales miembros de los hogares del mercado objetivo toman la decisión de compra del producto para la decoración del hogar.
- Determinar los canales de distribución de preferencia de los compradores del producto.
- Determinar el tipo de producto que prefieren los consumidores
- Determinar las características técnicas, comerciales y de valor con respecto al tipo de producto que prefieren los consumidores.
- Estimar la disposición de pago que tienen los consumidores para obtener el producto.

4.8.2. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Para el diseño del cuestionario se llevaron a cabo los lineamientos planteados en los objetivos de la investigación de mercados y de la encuesta, se consignaron 11 preguntas, con opción de respuesta única (Ver Anexo 2), estas encuestas se realizaron en tres idiomas, español, inglés y alemán. Ya que el alemán es el idioma nativo del mercado objetivo, el inglés es el idioma más común y en español que es el idioma de la empresa. Estas encuestas se realizaron en el mercado en inglés y alemán.

4.8.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se determinó la recolección de información por encuestas online, se escogió esta metodología ya que la población a encuestar es de una selección aleatoria de personas que acceden a la Web, la cual recibe por nombre población de audiencia, para este tipo de población se recomienda la selección de la muestra por medio del muestreo aleatorio simple⁶⁸.

El método para determinar la muestra es por Muestreo Aleatorio Simple y la población corresponde a la población actual de Alemania, (Ver Ecuación 1).

Ecuación 1: Tamaño de muestra, para el modelo de muestreo simple aleatorio con población infinita.

$$n = \frac{Z^2(p)(q)}{e^2}$$

Fuente: Murray y Larry.2005

En donde:

- P= 0,5=Probabilidad de aceptación de la hipótesis
- Q=0,5=Probabilidad de rechazo de la hipótesis
- Z=1,96=Probabilidad normal con un nivel de confianza del 95%
- e= 0,05= Error permitido en el cálculo del tamaño muestral.

Cálculo de la ecuación 1:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,05^2} = 384$$

Según la ecuación se deben llevar a cabo 384 encuestas a los habitantes en Alemania.

4.8.4. MUESTRA

Se hizo uso del Internet como canal de transmisión para realizar la investigación mediante encuestas online, se contó con contactos en el país de Alemania quienes por redes sociales promovieron el link de la encuesta, dando a conocer con una pequeña introducción lo que contenía y para que sería usada esta información, en este punto se contó con la buena disposición de las personas que tomaron de su tiempo para responder la encuesta que estuvo activa durante seis meses, tiempo

⁶⁸ Criterios de orientación para la realización de encuestas de satisfacción del ayuntamiento de Madrid [En Línea] <
http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Calidad/Observatorio_Ciudad/06_S_Percepcion/MetodologiaEncuestas/ficheros/CriteriosRealizaciEncuestas.pdf> [Citado 24 De Mayo 2015]

que duró la recolección de las 384 encuestas. Allí el encuestado respondió a las preguntas diligenciando un formulario online.

Después de realizar las encuestas, se obtienen los resultados del cuestionario. Acto seguido se identificaron las variables asociadas a cada pregunta, los valores arrojados por las encuestas y por último se tabuló en EXCEL⁶⁹ la información para su análisis. En el Anexo 2 se muestran la tabulación de los resultados y el análisis de los datos según las 4P'S para la segmentación demográfica encontrada en la muestra de 384 habitantes.

4.8.5. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERADOS

Según los resultados de la investigación de mercados:

- El 95% de la población compra artesanías de madera para la decoración de su hogar, es decir que hay una aceptación de compra del producto con fines decorativos.
- Del 95% de las personas que compran el 20% lo hacen con regularidad donde el 10% lo hace una vez al mes, el 35% una vez cada tres meses y el 55% una vez cada seis meses. El 80% restante compra en ocasiones especiales donde según los datos se restringe a una compra de este tipo por ocasión, es decir que la persona que compra artesanías para decoración del hogar en navidad no compra para las demás ocasiones.
- Con un 60% de la población que conoce las artesanías en madera de origen Colombiano el 80% tiene un concepto de producto Excelente.
- En total con un 61% la Calidad, el origen y el Diseño son los principales atributos que debe tener el producto.
- La población dio una respuesta positiva ante la muestra del producto con un 87% producto le encanta y los compraría, además prefieren elementos decorativos como bomboneras, copas y platos.
- Los canales de distribución según la pregunta 11 y pregunta 12, se segmentaron como 33% Importador(por encargo, catalogo, centros comerciales, ferias), 28% Boutique(Almacenes y Almacenes específicos) y 39% Web(Internet)
- El uso más común del producto sería para uso propio de la decoración del Hogar.
- El precio de compra del producto debe oscilar entre oscila entre \$862.667 pesos Colombianos y \$1'437.779 de pesos ya que el 52% de la población está dispuesto a pagar entre 300 a 500 Euros.
- No hay conocimiento acerca del Sello De Calidad Hecho a mano motivo por el cual se debe pensar en una estrategia que promueva esta característica dentro del producto.

⁶⁹ Software contable. Microsoft EXCEL 2012

4.8.6. DETERMINACION Y PROYECCION DE LA DEMANDA

Debido a la dificultad para obtener datos actualizados y puntuales de artesanías en madera elaboradas en Torno & Talla, se procede a estimar un valor para la demanda a partir de los datos obtenidos en la investigación de mercados.

- Proyección de la demanda mensual de artesanías en madera en Alemania. Según los resultados de la encuesta se determinó un nicho de mercado que tiene las siguientes características: Personas mujer u hombre con edades entre los 25 y 54 años que cuenten con educación superior.

De la población total de Alemania que es 80.996.685 habitantes de los cuales 17.116.346 son mujeres y 16.664.995 son hombres entre los 25 y 54 años. De este mismo rango de edad el 45% de las mujeres son profesionales y el 41% de los hombres son profesionales, para un total de 14.516.950 personas que cumplen con las características del mercado. Es decir el 18% de la población total de Alemania cumple con las características del grupo objetivo definido anteriormente.

Ya que Alemania tiene una población grande la empresa espera captar una mínima parte de este mercado donde el 0,01% de la demanda de esta población sea atendida. Teniendo en cuenta que la población del país objetivo se comporta igual que la muestra se define el factor de proporción ecuación 2:

Ecuación 2:

- Factor de proporción: Población a atender / 0,01%

En el anexo 20 se puede ver la demanda mensual y la proyectada según el canal de distribución.

5. PLAN DE MERCADEO

5.1. PRODUCTO

- **Descripción General:**

La empresa producirá y comercializará a nivel internacional productos para decoración trabajados en madera mediante la técnica artesanal de talla y torno. Piezas únicas que llevan impresa la sensibilidad y pasión del artesano por este oficio.

El arte del dominio de la madera permite la creación de gran variedad de productos para decoración creando así un ambiente donde estos objetos cuenten una historia especial y le permita al cliente revivir esas historias ya sea para los hijos, la familia, amigos y conocidos, a través de estas piezas que rodean la casa. A continuación en la ilustración 11 se muestran fotos de algunos ambientes que pueden ser creados con este tipo de piezas.

Ilustración 11: Ambientes creados por Artesanías Decorativas En Madera.



Fuente: Revista AXXIS

En la empresa se elaboran artesanías como jarrones, vasijas, lapiceros, ajedrez, parques entre otros. Para facilidad de venta del producto se manejarán líneas de productos en las cuales se especializará la empresa, esta línea de productos se describe a continuación:

- Líneas De Productos:
 - Ajedrez en 3D
 - Jarrones
 - Bomboneras
 - Platos Planos Decorativos
 - Platos Cuencos
 - Tazones Curvos
 - Plumas de madera

Para hacerse una mejor idea del producto se recolectaron un banco de imágenes de algunos productos en internet, vale la pena resaltar que estas imágenes no son de los productos aun realizados por la empresa, pero sí de los que esta producirá. Como se mencionó anteriormente estas piezas son únicas así que habrá piezas de igual forma, tamaño, color pero no de igual expresión ya que cada madera da un matiz diferente para la pieza. A continuación de muestras en la ilustración 12, ilustración 13, ilustración 14.

Ilustración 12: Jarrones y Bombonera en forma de copa.



Fuente: Goldenfingers

Deyssy Arias

Ilustración 13: Esfero en madera, platos planos y cuencos, vasijas.



Fuente: Revista AXXIS

Ilustración 14: Jarrones en madera segmentada, Tazón Curvo, lapicero.



Fuente: Maestro Artesano Fernando Roa

- **Marca:** La pieza decorativa en madera que se exporte llevará estampada la marca, con el fin de dar reconocimiento de la misma en el mercado internacional. La empresa llevará por nombre Torno y Talla. El logo será el que se ve en la ilustración 15, este logo consiste en un símbolo con forma de tejido compuesto por dos T haciendo alusión a la técnica utilizada para dar forma a las piezas.

Ilustración 15: Logo de la empresa.

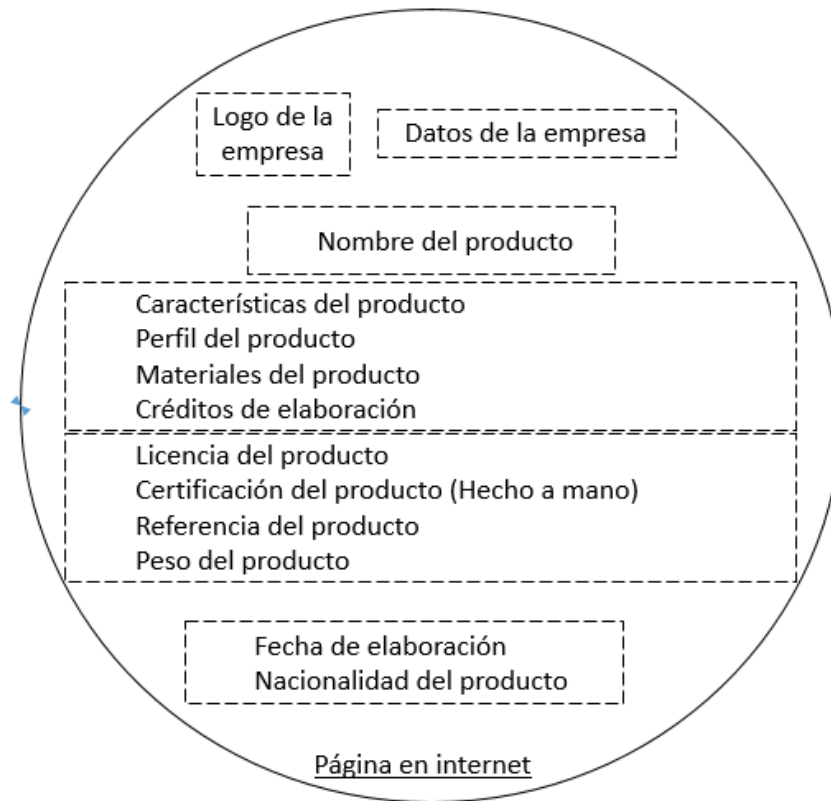


- **Etiqueta:** Será en papel adherente que contará con un tamaño de radio de 5 cm, la cual se adhiere en la pieza decorativa de madera. La etiqueta contendrá información impresa en inglés relativa del producto, se tendrá en cuenta el uso de tiquetes autoadhesivas 100% recicladas, que forman parte de la ayuda al impacto ambiental. La siguiente información será la que traerá la etiqueta del producto:

- + Nombre del producto
- +Logo de la empresa
- +Peso del producto
- +Características del producto (ingles)
- +Perfil del producto (ingles)
- +Materiales del producto (ingles)
- +Créditos de elaboración
- +Datos de la empresa
- +Página en internet
- +Licencia del producto
- +Certificación del producto (Hecho a mano)
- +Referencia del producto (Ver Anexo 4)
- +Fecha de elaboración
- +Nacionalidad del producto

En la ilustración 16 se muestra la distribución de la información en la etiqueta.

Ilustración 16: Etiqueta autoadhesiva.



- **Empaque y Embalaje:** Para brindar protección y cuidado a la pieza en los largos trayectos del producto, se contará con un sistema de empaques y embalaje eficaz que proteja el producto de los riesgos que se puedan presentar en el transporte, ya sea vía aérea o fluvial. Un embalaje cómodo con diseño y presentación que agregue valor y esté acorde con los requerimientos del consumidor y de la normativa y legislación del país destino.

El empaque para la exportación de las piezas se basa en el “German Packaging Act” con el que se busca reducir el impacto de los empaques al medio ambiente, y regula el empaque para el transporte, el empaque secundario, y empaque de ventas.

El producto tendrá un empaque secundario en forma de caja de cartón corrugado de doble cara con onda tipo C, ya que esta es la mejor adecuación entre precio de papel y calidad. Las medidas de la caja varían respecto al tamaño de la pieza, razón por la cual no se puede estandarizar una medida para el empaque exacta. El material de amortiguamiento será la burbuja de polietileno ya que es un excelente aislante contra golpes y vibraciones, por su contenido de aire. En caso de ser

necesario se utilizarán flejes como elementos de fijación y compactación de la carga⁷⁰.

El embalaje para la exportación será en cajas donde se almacenarán los productos para transportar al mercado Europeo. Se resalta que la exportación de estas piezas puede darse de forma individual o colectiva según el tipo de venta realizada.

- **Condiciones de Almacenamiento:** El almacenamiento del producto se hará en las instalaciones de la empresa.

5.1.1. Factores de diferenciación

- **Características:**

- Son productos hechos a mano que presentan un producto artesanal con tendencia actual (vintage u contemporaneo) y estándares altos de Calidad.
- No son productos realizados en forma masiva, se maneja pocas unidades por referencia.
- Variedad de alternativas en diseño, materiales y colores.
- Mas que un objeto de decoración el producto artesanal debe tener una función clara y práctica.
- Se manejará elementos personalizados, es decir se añadirá al producto características para la satisfacción personal un cliente.
- Cada producto va acompañado de información cultural como: Zona de origen, usos, cultura, materiales y proceso general.
- Ficha técnica por cada producto.

- **Razón de compra:**

Cada uno de los productos cubre una necesidad para un espacio decorativo ya sea para la casa u oficina personal, como para un regalo. Además un factor diferencial de origen, diseño, material, elaboración a mano que al ser procedentes de una cultura exótica, lo saca de los productos convencionales que se consiguen en el mercado Europeo.

- **Beneficios para el cliente:**

- Calidad
- Diferenciación
- Exclusividad
- Originalidad
- Arte

⁷⁰PROEXPORT

[En

Línea]

<

<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo2930DocumentNo8292.PDF> > [Citado 16 Abril 2015]

- Cumplimiento
- Garantía

5.1.2. Posición arancelaria.

SECTOR: Manufacturas

SUBSECTOR: Artesanías

POSICIÓN ARANCELARIA: 4420.10

SUBPARTIDA ARANCELARIA: 4420.10.00.00-Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera.

Para la exportación de artesanías para decoración en madera se identificó su respectiva posición arancelaria, que se muestra en anexo 4 al igual que el perfil que debe cumplir la mercancía⁷¹:

5.2. PRECIO

La asignación del precio de venta del producto va acorde con la estrategia de diferenciación como diseño y producto de lujo en madera para la decoración del hogar, de tal forma que el consumidor considere que es un precio justo en cuanto al valor agregado percibido.

Política del precio de venta:

- La determinación del precio de venta recomendada por Artesanías De Colombia sin incluir el envío para los clientes finales en el extranjero es de 7 a 10 veces más del precio de salida de Fábrica. Se tendrá en cuenta los resultados de la encuesta donde el cliente estaría dispuesto a pagar desde 100€ a 300€, es decir \$ 287.555 y \$ 826.667. Dichos precios también van acorde con los precios de productos similares en el mercado ya que no hay productos iguales de este tipo.(Ver Anexo 5)
- El precio de venta para el importador sin incluir el envío será de 3 veces más el precio de salida de fábrica, las primera compras el pago será total, en adelante se acuerda 50% de anticipo y 50% en el momento que esté listo el producto.
- El precio de venta para las boutiques o galerías será el doble al precio de salida de fábrica, sin incluir el envío. Las primera compras el pago será total, en adelante se acuerda las compras serán 50% de anticipo y 50% en el momento que esté listo el producto.

⁷¹ DIAN, Aranceles [En Línea] <
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>> [Citado 16 Abril 2015]

- El precio de introducción de los productos se basaran en los productos publicados en la página de Etsy⁷². Se tendrá en cuenta que el precio sea justo para el consumidor y que aporte una utilidad necesaria para la empresa.
- Se fijará un sobreprecio entre el 15% al 20% de la artesanía de sobrecosto a la artesanía común ya que esta tiene un factor de talla adicional en cada una de estas y se percibió una aceptación de estos rangos por parte del mercado objetivo en la encuesta de investigación de mercados.
- Descuento del 10% en el precio de venta de las piezas que tengan menos rotación, para impulsar su venta y evitar la acumulación de producto perteneciente a colecciones pasadas.
- Se fija una comisión del 5% sobre el total de la venta para el agente que traiga nuevos clientes a la empresa y seguirá ganando comisión de un 5% con los demás pedidos que haga la misma empresa.

5.3. PROMOCIÓN

Promover el diseño y el lujo del producto influye en la colocación del producto en el mercado, mediante la selección de medios que permitan comunicar al potencia consumidor las estrategias de diferenciación. Por ende se consideraron como optimas los siguientes medios:

- Realizar un catálogo donde se presenten fotos de todos los productos y se envían a las embajadas, principales del cliente extranjero, y organizaciones públicas. También se hará uso de el en la participación de las ferias.
- Incluir en los productos exportados un brochure de dos cuerpos que contengan información de la empresa y la calidad de los productos.
- Participar en eventos de ferias nacionales y ferias internacionales contando con la ayuda de asociaciones e instituciones públicas que apoyan el desarrollo de la artesanía como Farex y Exporartesanias.
- Se hará uso de publicidad exterior en las ferias como el pendón y publicidad impresa como volantes a dos caras, separadores y tarjetas de presentación que contengan información de la empresa y la calidad de los productos, para promoverla en las ferias a las que se asistan.
- Se usará la técnica de Content Marketing por medio de redes sociales, también se usarán estos medios virtuales que permitan promover el producto en fotos.
- Se realizará el uso de banner por medios web que consiste en crear una barra de publicidad de la empresa.

5.4. PUBLICIDAD

Para empezar se manejará la estrategia del Direct Mail , donde se enviarán postales de correo o cartas a los futuros clientes explicando los servicios o ventas

⁷² Compra y venta online de artículos hechos a mano o vintage, arte y materiales. El mercado de artesanía más dinámico del mundo.

específicas de la empresa. El mensaje será claro, sencillo y profesional sobre que se hace y lo que se ofrece diferente a la competencia.

También se hará uso del Word of Mouth Marketing con el fin de crear conocimiento de la marca, ya que se cuenta con transmitir una buena imagen, inspirada en la calidad del producto que se ofrece. De esta manera los propios clientes transmitirán un concepto positivo sobre el negocio y divulgarán información que permita posicionar la empresa, también se crearán comunidades en redes sociales que permitan brindar opiniones de la marca.

Se creará una página Web interactiva en la que se pueda realizar la compra del producto, tener contacto directo por medio de email desde la página y brinde información de la empresa para contacto, historia de la compañía y tradición artesanal. Los productos ofertados mostrarán precio, promociones ocasionales, características principales del producto como tipo de madera y trabajo utilizado, videos cortos de 360° que permitan apreciar el producto en su totalidad. Tendrá un costo estimado anual de \$954.000 de pesos.

5.5. PARTICIPACIÓN EN FERIAS

Con el perfil de artesano contemporáneo o Artesanía para el hogar / ambiente, se buscará la participación en ferias a nivel nacional las cuales cuentan con la intervención de clientes de otros países y adicional se buscare la posibilidad de participar a internacional en el país de Alemania, como se definen en la tabla 8:

Tabla 8: Lista de las diferentes ferias a participar a nivel nacional e internacional

NOMBRE DE LA FERIA	ENTIDAD ENCARGADA	FECHA	PAIS
	Artesanías De Colombia	Diciembre 4 al 17-En Bogotá (Corferias)	Colombi a
	Artesanías De Colombia	Abril 8 al 17 - Medellín (Plaza Mayor)	Colombi a

NOMBRE DE LA FERIA	ENTIDAD ENCARGADA	FECHA	PAIS
	Artesanías De Colombia	3 al 12 de enero- Cartagena de Indias (Centro de Convenciones)	Colombi a
	Artesanías De Colombia	Primer o segundo semestre de cada año	Colombi a
	Kreativ Tage Berlin	Octubre 2015	Berlín
	Bazaar	18 al 22 Noviembre 2015	Berlín

Desde la iniciación y la puesta en marcha de la empresa la participación en ferias será a nivel nacional durante los primeros cinco años, mientras se adquiere la experiencia necesaria para la participación en las ferias de nivel internacional, además que la empresa pueda asumir el costo de dicha participación. En el Anexo 7 se muestra los requisitos para la participación en las ferias a nivel nacional y el costo de asistir a cada una de ellas.

Algunos requisitos tienen un costo de cero pesos ya que están establecidos en los costos de publicidad y el envío del formulario se hace junto con el envío del prototipo para las ferias que los requieren es por esto que se estima un solo costo de envío.

5.6. MUESTRAS GRATIS A CLIENTES POTENCIALES

Como parte introductoria en el mercado y colocación del producto en el mercado se llevará a cabo esta estrategia, la cual se mantendrá y se buscara la forma de sacar

el mayor provecho posible , ya que el estado contribuye con un subsidio a las empresas artesanales para el envío de muestras sin valor comercial con un cupo anual de USD 10.000 valor FOB (Franco a Bordo), lo que equivale a \$27,941,500 de pesos⁷³ .El objetivo de esta estrategia es captar una mayor participación del mercado a través de la ampliación de la base de nuevos clientes y sembrar el voz a voz. Ya que el valor estimado del producto es alto se hará él envío respectivo de una muestra del producto donde el exportador pagará el costo de la muestra.

5.7. DISTRIBUCIÓN

Las estrategias para la distribución del producto se describen a continuación:

- Estrategia de penetración y desarrollo de mercado:

La introducción al mercado se llevará a cabo resaltando las características diferenciadoras del producto en diseño y elaboración manual. La búsqueda de los primeros clientes se hará por medio de las ferias de Artesanías en Colombia donde se tendrá contacto con clientes extranjeros, preferiblemente de procedencia Alemana. La persona que este atendiendo el stand deberá persuadir al comprador de forma que prefiera el producto que se ofrece en la empresa o buscar la mejor forma de dar satisfacción a sus necesidades. Después de un año en el mercado internacional se fijará un punto de venta directa en la ciudad de Bogotá y se evaluará la posibilidad de ubicarse en dos principales ciudades más del país que tengan alto contenido turístico como Medellín y Cartagena.

- Estrategia de seguimiento de mercado:

Radica en hacer un seguimiento periódico a la variación de los precios en el mercado, mediante la visita de páginas web y ferias que ofrezcan el mismo tipo de productos, además estar a la vanguardia para crear nuevas formas de distribución, promoción y servicio con entidades asociadas.

- Estrategia de competencia:

Se fundamentará en los factores diferenciadores del producto como pieza única elaborada a mano, así como el componente referente a las características de la empresa productora como el uso de madera certificada de tala legal, además del uso de tornos armados de forma artesanal. Todas estas características se ven reflejadas mediante la certificación de calidad HECHO A MANO.

⁷³PROCOLOMBIA, Proceso exportación de artesanías [En Línea] < <http://www.procolombia.co/memorias/proceso-de-exportacion-artesantias-2013> > [Citado 29 De Junio 2015]

5.8. COMERCIALIZACION

La distribución es un factor que siempre debe planearse ya que por este medio el cliente acceda al producto y se realiza la venta del mismo, los canales de distribución que se utilizarán para la comercialización de artesanías a nivel internacional será:

- **Agentes Comerciales:** Son intermediarios que no mantienen inventarios de los productos y cobran una comisión del 5 % al 10 % del precio de venta por su labor. Generalmente representan a más de una empresa y tienen un buen conocimiento de las estructuras de distribución y del comportamiento de los consumidores.
- **Importadores:** Son intermediarios que compran productos para almacenes por departamentos, para minoristas independientes o para oficinas de ventas por catálogo. Tienen sus propias estructuras de vendedores y mantienen inventarios de los productos.
- **Asociaciones de compradores:** Son creadas por grupos de consumidores, a quienes resulta muy costoso importar pequeñas cantidades de artesanías en forma independiente e individual, por lo tanto se asocian para conseguir sus productos preferidos en el costo y el tiempo deseado.
- **Minoristas:** Pueden ser especializados, por ejemplo minoristas de productos artesanales de madera para decoración, o generalizados como los almacenes de departamentos, los almacenes especializados, los minoristas independientes o las empresas de ventas por catálogo.
- **Ventas por internet:** Es el canal de distribución que más contacto tiene con el cliente final, es decir la persona que le dará uso al producto.

Todos los canales anteriormente nombrados tienen la misma modalidad de venta, según el catálogo de productos el cliente escoge los productos de preferencia y realiza su pedido el cual tendrá un tiempo de entrega estimado según el tipo y la cantidad de piezas que haya solicitado, este tipo de venta se llama venta por encargo.

5.8.1. Logística de exportación

Debido a la necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía se busca exportar los productos a otros mercados abriéndose a nuevas oportunidades y así disminuir el riesgo de estar en uno solo. Mercados internacionales donde no solo llega un producto, sino también una historia y un reconocimiento que representa a nuestro país.

El programa Exporta Fácil, es consecuencia de la iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA), que permite mayor facilidad e

incursionar a la exportación de las pequeñas y medianas empresas. Su fundamento radica en la exportación bajo un sistema simplificado, utilizando la red postal⁷⁴.

La exportación del producto vendido por la Web en el exterior puede realizarse de forma individual por medio de territorio aduanero nacional a través de una empresa de correo postal siempre que su valor no supere los USD 5.000⁷⁵ es decir los \$13'970.750 pesos Colombianos. La empresa con la que se trabajará será 472. Ver Anexo 21.

Actualmente se tienen alianzas de transporte con empresas Courier, Avianca, Deprisa, Copa arilines, DHL express, Fedex, Servientrega, TNT Express, Coordinadora, Ups. Estos acuerdos generados por iniciativa de PROCOLOMBIA y/o por una empresa transportadora para ofrecer tratamiento tarifario preferencial en los servicios que ofrece el transportador, a las Cuentas de PROCOLOMBIA. Las alianzas en servicios de transporte se otorgan a las empresas exportadoras como un incentivo con beneficios económicos⁷⁶.

Para realizar la exportación en grandes cantidades hacia Alemania se cuenta con Rutas de transporte aéreo y rutas de transporte marítimo, para la entrega del producto en el destino se evaluaron diferentes variables para las posibles rutas de exportación como se observa en el anexo 21, finalmente la mejor opción para exportar es por embarque marítimo y se realizará como se observa en el anexo 21.

Se definió una política de exportación para el envío del producto por unidad, el envío de muestras y el envío de mercancía por volumen que se encuentran definidas en el Anexo 21.

Para verificar el cumplimiento de las actividades involucradas en el desarrollo de los diferentes pasos que requiere el proceso exportador se hará uso de una lista de chequeo,(ver Anexo 22) sugerida por PROEXPORT, donde se encontrará los parámetros básicos para la verificación y control cronológico de los diferentes pasos y tomar a tiempo las previsiones necesarias para que la operación sea exitosa⁷⁷.

⁷⁴ COLOMBIA TRADE, Programa de exportación [En Línea] < <http://www.colombiatrade.com.co/faqs/%C2%BFen-qu%C3%A9-consiste-el-programa-exportador-%C3%A1-cil-qui%C3%A9n-lo-dirige-d%C3%B3nde-podemos-referir-un-exportador->> [Citado 23 De Enero 2015]

⁷⁵ PROCOLOMBIA, Proceso de exportación de artesanías [En Línea] < <http://www.procolombia.co/memorias/proceso-de-exportacion-artesantias-2013> > [Citado 15 De Abril 2015]

⁷⁶ COLOMBIATRADE, Alianzas de transporte para exportar [En Línea] < <http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/alianzas-de-transporte-con-empresas-courier> > [Citado 15 De Abril 2015]

⁷⁷ COLOMBIA TRADE, Ruta exportadora [En Línea] < http://www.colombiatrade.com.co/sites/all/modules/custom/mccann/mccann_ruta_exportadora/files/check-list-formulario.pdf > [Citado 12 De Enero 2015]

Proexport facilita un simulador⁷⁸ para estimar el costo de exportar, en el Anexo 21 se muestra el concepto de los costos de la exportación.

5.9. SERVICIO

La persona encargada de hablar con el cliente directamente tendrá un trato cordial y amable, de igual forma deberá ser una persona que tenga amplio conocimiento del negocio, use un lenguaje fácil de entender y tenga excelente presentación personal, se recomienda que esta persona maneje el inglés y en lo posible el Alemán.

Política del servicio: Garantizar al cliente la total satisfacción y beneficio al comprar el producto.

Con el fin de conocer la satisfacción del cliente después de recibir su pedido se enviará al correo del cliente una encuesta que evalúe su satisfacción respecto al servicio y al producto recibidos por parte de la empresa Torno & Talla, Ver Anexo 9.

⁷⁸ COLOMBIA TRADE, Ruta exportadora [En Línea] < <http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/ruta-exportadora?page=1&slide=4> > [Citado 27 De Abril 2015]

6. ANÁLISIS TECNICO

6.1. LOCALIZACIÓN

6.1.1. Macrolocalización:

La macrolocalización para el punto de producción de la empresa y almacenamiento de las piezas con fines de exportación de artesanías en madera, se determinó desde la formulación del proyecto, la cual establece que el proceso productivo tendrá lugar en Cundinamarca. Por lo cual no es necesario realizar un estudio técnico relacionado con la macrolocalización del proyecto.

6.1.2. Microlocalización:

Una vez definido el medio nacional o regional donde se tendrá lugar el proyecto se analiza el proceso de identificación de la localidad, con el fin de determinar el sitio donde finalmente quedara instalado el proceso productivo.

Para la localización de la empresa se consideraron los siguientes factores relevantes:

- Cercanía a medios de transporte: El medio de transporte que se utilizará para el traslado del producto terminado será por medio terrestre, se escogió por ser la única y la mejor alternativa existente en la zona y por los bajos costos que representa el uso de este medio de transporte.
- Disponibilidad de servicios públicos: El suministro de Luz eléctrica es indispensable para el funcionamiento del sistema productivo, preferiblemente corriente trifásica y el agua para cumplir con el aseo adecuado de las instalaciones, además se vería una reducción en el costo de servicios públicos según el estrato.
- Proximidad a las empresas proveedoras de madera: La proximidad de la materia prima es un factor importante debido a los costos de transporte hasta el punto de producción y el deterioro que puede tener los materiales en el transporte.
- Influencia de mano de obra: La cercanía a la vivienda de la persona operaria del torno artesanal y la persona encargada de tallar las piezas facilita el desplazamiento y el cumplimiento de horarios de trabajo.

ALTERNATIVAS:

Se evaluaron 3 alternativas en la zona sur de Bogotá de estrato bajo y cerca de la vivienda de las personas que realizarían la mano de obra en el taller de producción. Cada factor se calificó de uno al diez en las alternativas, será la localidad más óptima aquella que su total sea mayor.

-Localidad: Usme

-Barrio: San Andrés de los altos

-Estrato: 2

- Cercanía a medios de transporte: Si
- Disponibilidad de servicios públicos: Luz trifásica y Agua
- Proximidad a las empresas proveedoras de madera: 20 min en carro
- Influencia de mano de obra: 10 min de la vivienda del personal

Tabla 9: Análisis de variables para la localidad de Usme.

Variable	Calificación
Cercanía a medios de transporte	10
Disponibilidad de servicios públicos	10
Proximidad a las empresas proveedoras de madera	8
Influencia de mano de obra	8
Total	36

- Localidad: Tunjuelito
- Barrio: El Carmen
- Estrato: 2
- Cercanía a medios de transporte: Si
- Disponibilidad de servicios públicos: Luz trifásica y Agua
- Proximidad a las empresas proveedoras de madera: 40 min en carro
- Influencia de mano de obra: 20 min de la vivienda del personal

Tabla 10: Análisis de variables para la localidad de Tunjuelito.

Variable	Calificación
Cercanía a medios de transporte	6
Disponibilidad de servicios públicos	10
Proximidad a las empresas proveedoras de madera	6
Influencia de mano de obra	7
Total	29

- Localidad: Bosa
- Barrio: Villa Karen
- Estrato: 2
- Cercanía a medios de transporte: Si
- Disponibilidad de servicios públicos: Luz y Agua
- Proximidad a las empresas proveedoras de madera: 50 min en carro
- Influencia de mano de obra: 35 min de la vivienda del personal

Tabla 11: Análisis de variables para la localidad de Bosa.

Variable	Calificación
Cercanía a medios de transporte	8
Disponibilidad de servicios públicos	9
Proximidad a las empresas proveedoras de madera	4
Influencia de mano de obra	5
Total	26

Según el estudio anterior la localidad más óptima para la localización del taller artesanal es en la localidad de Usme.

6.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Según sea el nivel de explotación con que se opere, tiene incidencia directa en el costo y, consecuentemente, en el precio y la rentabilidad de la unidad de producto. También para el establecimiento se tomará en cuenta este tema, ya que las ventas se proyectaran en un monto que contribuyan a lograr la operación de la producción en un nivel alto de eficiencia y rentabilidad.

El taller artesanal está conformado por una bodega que cuenta con un patio trasero para almacenar la madera, un baño y un cuarto que se usará de almacén donde se guarda el producto terminado.

Principalmente para darle forma a las piezas se contará como maquinaria con un torno de madera elaborado artesanalmente; como mano de obra, una persona que trabaje con el torno y una persona que realice el tallado de la madera.

La capacidad productiva del proyecto se obtiene de un proceso de dos fases: medición y cálculo. Está determinada por diferentes factores como: la disponibilidad de insumos, el tiempo de secado de la madera y el tiempo de pegado de la madera en el método de madera segmentada.

6.2.1. Capacidad diseñada

Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ese nivel máximo de producción y de ninguna manera se puede incrementar de ese nivel. En este caso en particular, la maquinaria para la elaboración de artesanías en madera se armó de forma artesanal, como se describe a continuación en el Anexo 6.

El horario de trabajo se definió para un turno de 8 horas, todos los meses del año y seis días a la semana. El torno tiene una capacidad de trabajo máxima para piezas que tengan una medida de largo que va desde 1mm hasta 750mm y un ancho que va desde 0mm hasta 600mm, ya que en el torno se trabajan diferentes tipos de piezas se estandarizó según las medidas un producto y se determinó como se ve en la tabla 12 la cantidad de tiempo que se demora en sacar la pieza más grande y la pieza mas pequeña.

En el torno las piezas antes de ser montadas tienen la siguiente forma cuadrada como se ve en la Ilustración 17:

Ilustración 17: Forma que tendrá la madera antes de pasar por el torno artesanal.

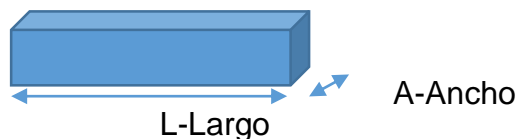


Tabla 12: Tiempo de producción según tamaño de la pieza.

TAMAÑO PIEZA	TIEMPO			
	Segundos	Minutos	Horas	Días
L:750mm,A:600mm	28800	480	8	1
L:1mm, A:1mm	30	0,5	0,0083	0,00034

Se contará con una producción de 1 pieza (L:750mm,A:600mm)/día, 6 piezas (L:750mm,A:600mm)/semana, 24 piezas (L:750mm,A:600mm)/mes, 288 piezas (L:750mm,A:600mm)/año y una producción de 960 piezas (L:1mm, A:1mm)/día, 5760 piezas (L:1mm, A:1mm)/semana, 23040 piezas (L:1mm, A:1mm)/mes, 276480 piezas (L:1mm, A:1mm)/año.

Finalmente se obtuvo una capacidad de producción promedio para el torno artesanal efectuando los siguientes cálculos (ver ecuación 3)

Ecuación 3: Capacidad De Producción Promedio

$$CU = \frac{N^{\circ} \text{ Piezas Grandes} + N^{\circ} \text{ Piezas Pequeñas}}{2}$$

$$CU = \frac{1 + 960}{2} = 481 \text{ piezas /día}$$

$$CU = \frac{6 + 5760}{2} = 2883 \text{ piezas /semana}$$

$$CU = \frac{23 + 23040}{2} = 11532 \text{ piezas/mes}$$

$$CU = \frac{288 + 276480}{2} = 138384 \text{ piezas/año}$$

6.2.2. Capacidad instalada

Es la producción normal de la maquinaria instalada, en este caso será del torno artesanal con relación a la unidad de tiempo, es decir se señalará el volumen de producción de artesanías en madera torneadas, en un período de tiempo determinado, para calcular la capacidad instalada se sacaron los tiempos para los tamaños de las piezas que generalmente se trabajan en el torno, como se muestra a continuación en la tabla 13 y en la tabla 14.

Tabla 13: Tiempo de producción según tamaño de la pieza

TAMAÑO PIEZA	Minutos
L:100mm,A:120mm	13
L:200mm,A:150mm	32
L:190mm,A:270mm	55

Tabla 14: Piezas producidas según tamaño de la pieza

TAMAÑO PIEZA	NUMERO DE PIEZAS PRODUCIDAS			
	DIA	SEMANA	MES	AÑO
L:100mm,A:300mm	102	614	2458	29491
L:400mm,A:200mm	256	1536	6144	71728
L:600mm,A:500mm	438	2627	10506	126075

Se tendrá una capacidad instalada promedio segun los siguientes cálculos (ver ecuación 3)

Ecuación 3: Capacidad De Producción Promedio

$$CU = \frac{\text{Tamaño1} + \text{Tamaño2} + \text{Tamaño3}}{3}$$

$$CU = \frac{102 + 256 + 438}{3} = 265 \text{ piezas /dia}$$

$$CU = \frac{614 + 1536 + 2627}{3} = 1592 \text{ piezas /semana}$$

$$CU = \frac{2458 + 6144 + 10506}{3} = 6369 \text{ piezas /mes}$$

$$CU = \frac{29491 + 73728 + 126075}{3} = 76431 \text{ piezas /año}$$

6.2.3. Capacidad utilizada:

Significan los porcentajes a los que trabajará el taller artesanal, es decir, los porcentajes de utilización de la capacidad diseñada a la cual trabajará el torno artesanal. Se estima una venta anual de 53713 unidades de artesanías anuales.

La capacidad utilizada se calculará de la siguiente forma (ver ecuación 4)

Ecuación 4: Utilización

$$CU = \frac{\text{Output Actual}}{\text{Capacidad Diseñada}} \times 100$$

$$CU = \frac{53.713}{138384} \times 100 = 39\%$$

Se contempla que en el año de arranque de operaciones, el torno opere al 39% de su capacidad, por lo que se estima un volumen de 3427 unidades.

6.2.4. Capacidad de producción para cada línea por proceso individual y por producto:

Ya que no es posible establecer una capacidad de mano de obra para la persona que talla la pieza se estimó mediante la medición el tiempo que tarde en la elaboración de cada producto que se va a producir. Adicionalmente se completó esta información con la medición del tiempo que se tomará por pieza la persona del torno al fin de establecer la capacidad por producto según la mano de obra disponible. Los resultados se pueden observar en la tabla 15.

Se consideró que en una jornada laboral de 480 minutos/día, 2880 minutos/semana, 11520 minutos/mes, el tiempo real de trabajo de la persona es de 10.920 minutos, por lo tanto se puede

Tabla 15: Número de Piezas producidas según el tipo de producto, por persona en el mes.

Producto	Total Piezas Torno				Total Piezas Talla			
	Minutos Torno	Día	Semana	Meses	Minutos Talla	Día	Semana	Mes
Ajedrez Batalla De Boyacá	694	1	4	17	1920	0,3	2	6
Copa	110	4	26	105	60	8	48	192
Bombonera	107	4	27	108	100	4,8	29	115,2
Plato Tolima quemado y tallado	75	6	38	154	30	16	96	384
Fancy Slimline Pen	13	37	222	886	0	0	0	0
European Pen	13	37	222	886	0	0	0	0
American Pen	13	37	222	886	0	0	0	0
Total	1025	127	760	3041	2137	29	174	697,2

6.3. PROCESO PRODUCTIVO

El desarrollo del proceso productivo de la empresa se realizó dando cumplimiento al Documento Referencial o Norma Técnica del sector artesanal para certificar “Referencial Nacional De Madera Capitulo Talla Bogotá D.C.” (Ver Anexo 15).

Las piezas que se realizan en el taller varían en diseño y tamaño, pero todas pasan por los mismos puestos de trabajo, motivo por el cual se puede definir un único proceso productivo para todas las piezas finales.

- I. Selección De Materia Prima: Según la pieza que se vaya a realizar se selecciona la materia prima, en este caso la clase de madera que se va a utilizar para realizarla. La madera es brindada por el proveedor, en forma de bloque que puede variar entre las medidas largo, alto y ancho entre el rango de 10X10X1 y 30X30X3. El tipo de madera a utilizar se ve en el anexo 7.

Se debe verificar que esta madera este en el punto de secado exacto es decir no muy húmeda, pero tampoco muy seca, ya que la madera para tallar debe presentar un grado de humedad del 12% al 20%, la veta de la madera, el color, el grano de la madera y que no este porosa, también se debe pedir al proveedor que la madera este inmunizada por el sistema de presión, que no tenga grietas, rajaduras, encorvaduras, torceduras, arqueos y abarquillos. Además se debe verificar que la madera ingresada al establecimiento tenga sus respectivos salvoconductos o guías de movilización⁷⁹ y se debe guardar la factura.

Con el fin de tener una mejor relación con los proveedores y contar con aquellos que cumplen nuestros requisitos para adquirir el producto se desarrolló una evaluación de proveedores la cual se realizará trimestralmente, y se puede observar los costos en publicidad, ver Anexo 8.

- II. Corte de madera: Según las medidas del diseño de la pieza se hace el corte en la cierra sin fin, se debe tener en cuenta que hay un devaste o perdida de material de 5mmx5mm en el corte.
- III. Laminado De Madera⁸⁰: Al igual que en el punto anterior no todos los productos pasan por este proceso. Esta técnica de madera se usa para conseguir el tamaño de la pieza que se quiere tornear, ya sea de un solo tipo de madera o de varios tipos para dar un acabado de varios colores en una misma pieza como se ven la ilustración 18. Esta técnica permite hacer uso óptimo de la madera ya que se pueden usar retazos de otros trabajos y pegarlos en forma cuadrada. Consiste en cortar diferentes tiras de madera de la misma medida formando un cuadrado (ver

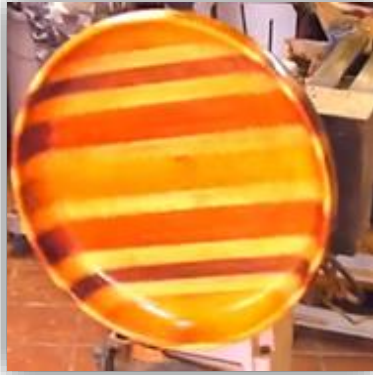
⁷⁹ Es un documento oficial que tiene un único número consecutivo y que permite legitimar la movilidad y el traslado de la madera, además de verificar el origen y el destino.

⁸⁰ MIGUEL SANCHEZ CREATING, Laminado De madera [En Línea] < <https://www.patreon.com/miguelsanchez?ty=h> > [Citado 12 De Enero 2015]

Deysy Arias

ilustración 19), se pegan con pegamento para madera (ver ilustración 20), se prensan durante 12 horas (ver ilustración 21), se corta las esquinas del cuadrado de madera y se retira el exceso de pegamento cepillando la pieza (ver ilustración 22) y pasa a torno. Los productos que para su realización usan varios tipos de madera no pasan por talla.

Ilustración 18: Producto terminado en laminado de madera.



Fuente: Miguel Sanchez

Ilustración 29: Corte Madera En Tablas.



Fuente: Miguel Sánchez

Ilustración 20: Pegar Tablas De Madera.



Fuente: Miguel Sánchez

Ilustración 3: Prensar Tablas De Madera.



Fuente: Miguel Sánchez

Ilustración 22: Cortar Puntas Del Cuadro



Fuente: Miguel Sánchez

- IV. Segmentación de madera⁸¹: No todos los productos pasan por este proceso ya que la técnica de segmentación de madera se usan en piezas con un efecto de cuadros de colores que da la madera como se ve en la ilustración 23. Consiste en cortar triángulos de madera (ilustración 24), según el diseño se saca la medida y se pegan formando un círculo (ilustración 24), cada círculo es más grande que el anterior (ilustración 25) ya que va de la base menor a la boca del jarrón que es mayor, estos cuadros se pegan con colchon de madera y se pegan en prensa, luego se pegan los círculos de menor a mayor dando la forma del jarrón, después de pasa a torno. Esta técnica también permite el uso óptimo de la madera ya que se pueden usar retazos de otros trabajos y pegarlos en forma cuadrada. Los productos que para su realización usan varios tipos de madera no pasan por talla.

Ilustración 23: Producto terminado en madera segmentada.



Fuente: Tornoartesano

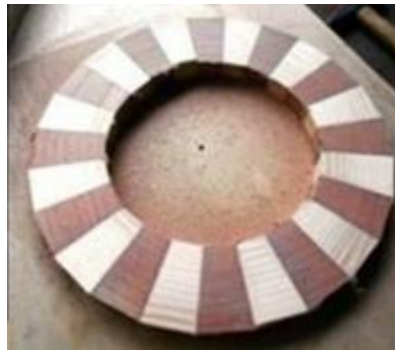
⁸¹ TORNO ARTESANO, Madera Segmentada [En Línea] <
<http://www.tornoartesano.es/cuencos.html>> [Citado 12 De Enero 2015]

Ilustración 24: Corte de madera en triángulos cortados.



Fuente: Tornoartesano

Ilustración 25: Madera pegada en círculo.



Fuente: Tornoartesano

V. Torneado de madera: Después de tener la pieza de madera que se va a tornear con las medidas del diseño ya sea de un solo tipo de madera o con las dos técnicas descritas anteriormente, se le da la forma deseada a dicha pieza en el torno, como se ve en la ilustración 26.

Antes de comenzar el proceso de torneado se debe afilar las herramientas haciendo uso de la piedra de afilar y aceite lubricante, con movimientos semicirculares hasta obtener el filo deseado, la pérdida de filo en el torneado de la pieza se pierde con facilidad por tal razón se recomienda tener varias herramientas que cumplan la misma función afiladas a la mano para hacer el cambio de herramienta y no perder tiempos con la maquina encendida mientras se lima la herramienta, ver ilustración 27.

Ilustración 26: Torneado de plato con un tipo de madera.



Ilustración 27: Afilado de herramientas.



- VI. Talla de madera: Una vez torneada la pieza que consiste de un solo tipo de madera, se talla según el diseño previamente establecido, las imágenes talladas en las artesanías son precolombinas o pertenecientes a la historia Colombiana ya que estas artesanías representan la cultura del país, ver ilustración 28.

Para tallar una pieza se debe realizar la plantilla o modelo según el estilo de talla, ya sea en talla debajo y alto relieve bidimensional, talla de bulto o tridimensional, talla con dibujos geométricos, talla con calados, talla ornamental y talla sisada, para ampliar la información acerca de este proceso ver anexo 7.

Ilustración 28: Talla bidimensional de un plato decorativo con la imagen del Pectoral antropozoomorfo esquematizado del Tolima.



- VII. Control De Calidad: Cuando esta terminada la pieza esta se verificará y se rechazará cuando la pieza sea notoria visualmente y el tacto se sienta la superficie bastante irregular, cuando el acabado este deteriorado que no permita ver la pieza en su conjunto, cuando la pieza este rota, se haya perdido del todo o tenga un faltante de madera muy evidente.

En el momento de trabajar la madera para tallar puede generar defectos en la pieza como rajaduras, roturas y grietas, se tomaran medidas de acción para solucionar este tipo de defectos y salvar la pieza, ver anexo 7.

- VIII. Pintura de la pieza: Una vez terminada la pieza se prepara la superficie para pintar, es decir se lija para que esta sea suave al tacto, si la pieza lo requiere se lija usando desde la lija No 80 a la lija No 400.

Si la madera no está inmunizada, se realiza este proceso por medio de inmersión para protegerla y prolongar su vida útil, después se procede a pintar, el tono de la pieza será al natural resaltando la belleza de sus vetas, fibras y nudos únicos de cada pieza de madera.

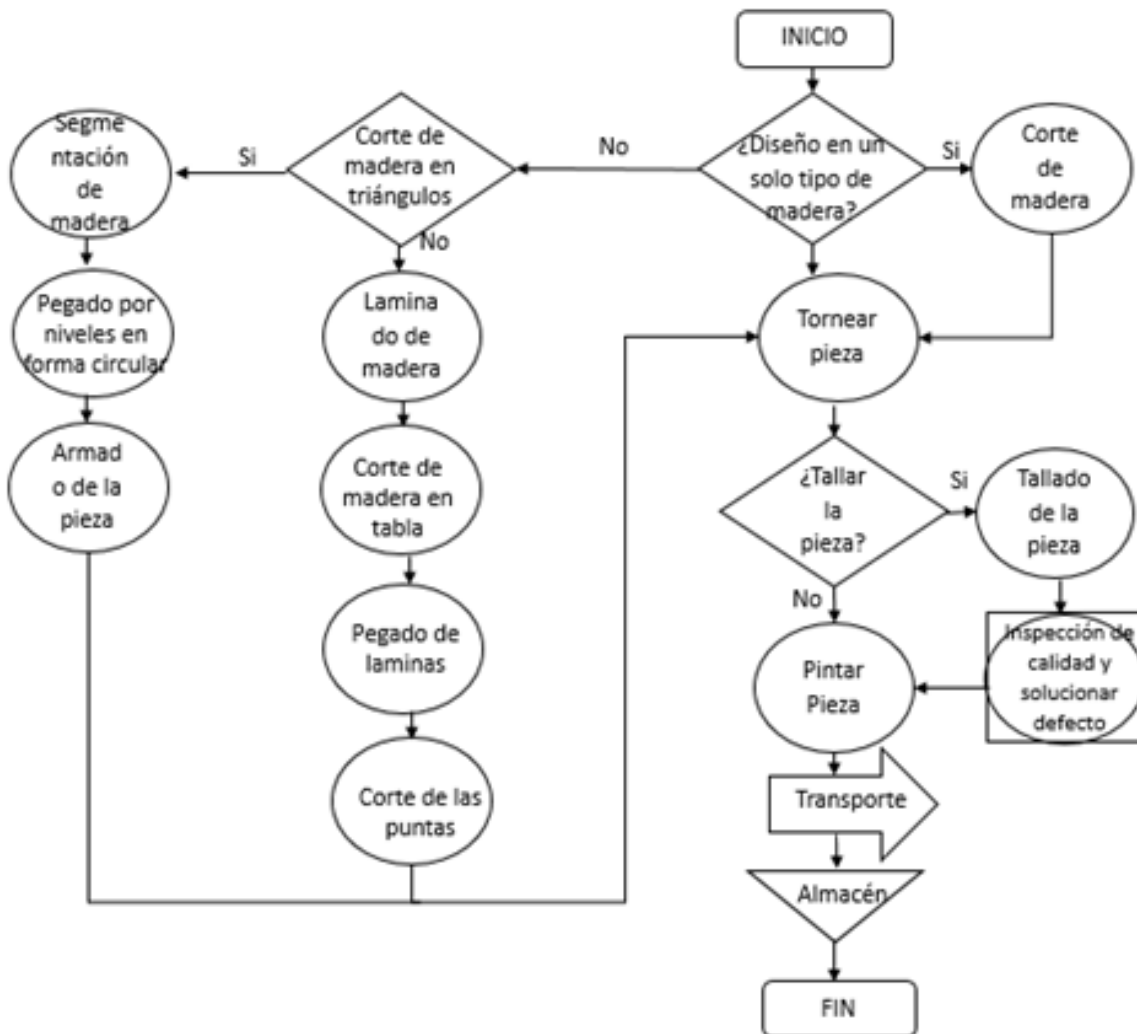
Según el acabado se puede pintar con productos que añadan brillo y resalten el color natural de la pieza como barniz, aceite o cera natural, según el tamaño de la pieza se puede pintar a muñeca con ayuda de una de una esponja o con brocha en una base fija o en el mismo torno a una revolución baja, también se puede utilizar el compresor si así se prefiere hasta dejar el tono que se desee en la pieza puede ser brillante, mate o satinado, finalmente se pule.

Se emplea barnices con base acuosa o goma laca, aceite mineral, aceite de linaza, aceite higuera, aceite tung, aceite de vaselina y cera de abejas, ya que el uso de estos productos de base natural reduce enormemente la emisión de gases contaminantes durante el proceso de fabricación, por lo que es beneficioso para la salud dos trabajadores y también del usuario final, evitando la inhalación de vapores y olor desagradable. El uso de barniz acuoso tiene una absorción mucho más lenta, penetrando profundamente en la madera y por consiguiente, protegiéndola mucho mejor que otros barnices convencionales de absorción rápida.

6.4. DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

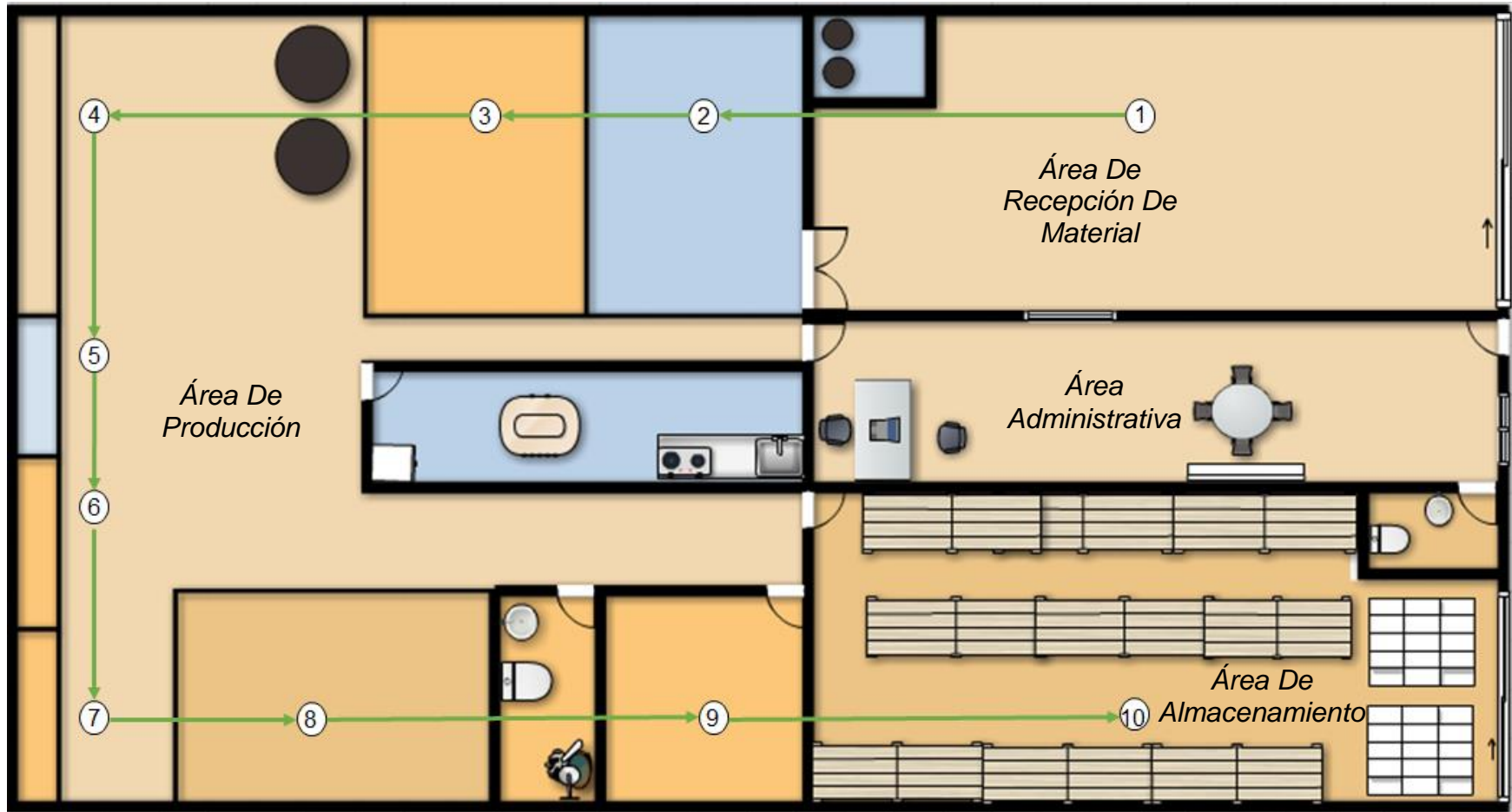
A continuación en la ilustración 29 se muestra el diagrama de las actividades que hacen parte del proceso productivo.

Ilustración 29: Diagrama del Proceso Productivo



6.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Imagen 23: Distribución de los diferentes puestos en la planta.



En la imagen 23 se puede observar la ruta de desplazamiento óptimo de la pieza, la cual permite una correcta distribución de planta con una menor pérdida de tiempos. También se puede observar los puestos de trabajo que hacen parte del área de producción:

- 2: Corte (cierra circular, cierra sin fin, caladora de mano, caladora de banco)
- 3: Deposito De Corte.
- 4: Cepillado y Lijado (Cepilladora y Lijadora)
- 5: Torneado (Torno)
- 6: Tallada (Mesa De Talla)
- 7: Ensamblado o Pegado De Piezas.
- 8: Deposito De Pegado y pieza en proceso.
- 9: Pintura.

Una vez establecido el sistema productivo es necesario determinar las áreas que conforman el taller de producción el cual será una planta física de un piso con un área de 120 M2 con medidas de 15cmx8cmx3cm. A continuación se describe el tamaño físico de las zonas requeridas para las operaciones que se van a realizar en el taller.

- Área De Recepción De Material: Ingresará la materia prima por el portón 1 y se almacenará la madera a utilizar por bloques que tendrán una altura máxima de 3 Mts. En esta misma área habrá un cuarto que se utilizará como depósito central de residuos donde habrá dos canecas una para las virutas de madera y otra para los excesos de madera, también se almacenaran cajas de cartón y luminarias. Las medidas del cuarto para esta área es de 21 M2.
- Área De Producción: Con un área de 16 M2, este espacio estará compuesta por los puestos de trabajo que se ven en la imagen 23 con los numerales (2-3-4-5-6-7-8-9). Habrá un baño de 2 M2 para uso de los trabajadores del área, donde se tendrán los útiles de aseo al área de producción. Adicional estará un cuarto de 4M2 para que los empelados tomen sus tiempos de receso y el almuerzo, esta contara con un horno microondas, agua potable y un stand para almacenamiento que será para uso de los empleados para guardar sus objetos personales y/o porta comida.
- Almacén de insumos y producto terminado: Se guardará el producto terminado y se empacara en el momento de despachar. También se guardaran los insumos de pintura y aseo nuevos. Este cuarto tendrá una adecuada temperatura ambiente y sin humedad, que permita conservar la calidad de la pieza y evite daños de la misma. La estantería será piso techo para hacer buen uso del área permitiendo guardar el mayor número de piezas posibles, adicional en esta área

Deyssy Arias

se hará la salida del producto terminado para exportar por el portón 2. Esta será con un área de 19,5 M2.

- Área Administrativa: Se destinó un área de 14 M2 para la persona a cargo de la parte administrativa, mercadeo y ventas de la empresa, cuenta con una mesa de juntas para tener reuniones con los operarios o clientes, también un baño de uso privado de 1,3 M2.

7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

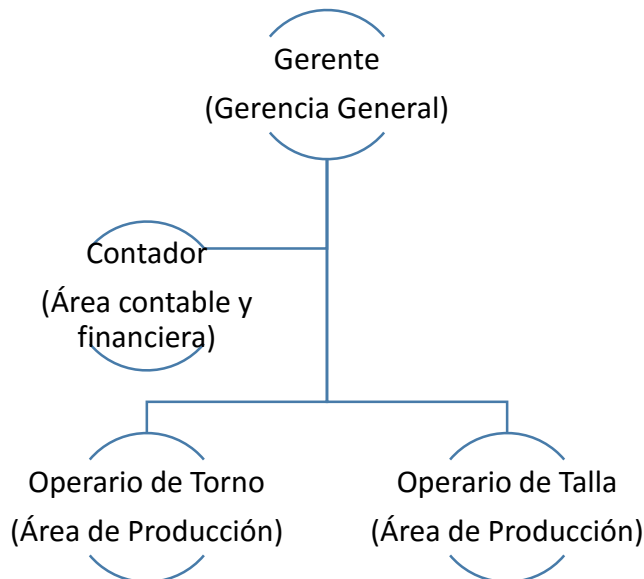
7.1. OBJETIVO DE LA ORGANIZACIÓN

Definir en un marco formal el sistema de comunicación, los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización orientada al cumplimiento de la misión, visión y objetivos del proyecto, necesarios para la puesta en marcha y ejecución de la misma. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.

7.1.1. Organigrama

Se muestra en la imagen 22 el correspondiente organigrama para la empresa Talla y Torno S.A.S

Imagen 22: organigrama para el funcionamiento de la empresa Talla y Torno S.A.S



7.1.2. Descripción de cada área operativa de la empresa

- **Gerencia General:** Liderar la gestión estratégica, controlando, planeando y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa Talla y Torno S.A.S. Esta área es responsable del desarrollo de mercados, negocios, selección de personal y publicidad.

- **Área contable y financiera:** Brindar las consolidaciones y informes de estados financieros para presentarlos ante el gerente o cualquier entidad gubernamental que los requiera. De igual forma se deben gestionar los requerimientos de índole legal, tales como impuestos, nómina, seguridad social y parafiscales del personal de la empresa. Esta persona será un agente externo, quien presentará sus servicios mensualmente.
- **Área de Producción:** Esta área se encarga de la ejecución de todo el proceso productivo, así como realizar los controles de calidad necesarios para brindar un excelente producto al cliente. Responsable del cumplimiento de los procesos de producción, de determinar los requerimientos de mano de obra, del mantenimiento de equipos y de velar por la aplicación de las normas de seguridad a través del proceso.

7.1.3. Manual de funciones

Se describen cada una de las funciones para los cargos organizacionales anteriormente planteados en el organigrama del proyecto con el fin de contar con un soporte administrativo que permita valorar los requerimientos del personal a contratar, además de estandarizar las funciones y responsabilidades de los trabajadores. El manual de funciones se diseñó tomando como guía la descripción de cargos y sus respectivas funciones, responsabilidades, jefe inmediato, objetivos del cargo, área funcional a la cual pertenece el cargo y los recursos necesarios para desempeñarlo a cabalidad. (Ver Anexo 8)

7.2. PERSONAL

El requerimiento de personal necesario para el funcionamiento de la empresa Talla y Torno S.A.S, tanto en producción como el área administrativa se muestran en la siguiente tabla 16.

Tabla 16: Personal requerido para el funcionamiento de la empresa.

ÁREA	Número de personas
Gerencia General	1
Área contable y financiera	1
Área de Producción	2
Total:	4

7.2.1. Política de reclutamiento de selección de personal

Esta política tiene por objetivo definir los lineamientos para el reclutamiento y selección de personal idóneo para cubrir los requerimientos de la empresa Torno & Talla, y a su vez asegurar la igualdad de oportunidades dentro de la empresa. En el

proceso de reclutamiento y selección se deberán adoptar las medidas pertinentes para asegurar la objetividad, transparencia, no discriminación e igualdad de condiciones.

Las presentes Políticas serán revisadas y de ser necesario actualizadas al menos una vez al año, todo esto con el fin de cumplir las Buenas Prácticas Laborales para los empleados.

Para asegurar el cumplimiento de esta Política se define:

- Garantizar la igualdad de oportunidades, para evitar cualquier discriminación o preferencia ya sea de raza, edad, género, ideología o institución educativa, durante el proceso de reclutamiento, selección, contratación y desarrollo del personal.
- Definir las competencias y los perfiles requeridos para el personal de cada vacante dentro de la empresa, estas se actualizarán periódicamente ya que serán la base para la evaluación de los candidatos y para la evaluación del desempeño de cada colaborador.
- Se tendrá preferencia al personal que tenga mayor experiencia dentro de la empresa, para cubrir el requerimiento de puestos de mando medio y alto, cumpliendo con los conocimientos necesarios para ocupar el cargo.
- Difundir las vacantes a través de diversos medios como son: clasificados por internet, periódicos y bolsas de trabajo.
- Garantizar las condiciones laborales adecuadas para el buen desempeño de la labor como la buena remuneración salarial y prestaciones que cumplan o vayan más allá de lo estipulado por la ley.
- Asegurar un proceso de inducción adecuado para el ingreso de personal de nuevo o que cambie de puesto, que vaya desde los aspectos generales de la empresa, sus políticas y responsabilidades, hasta lo que respecta a las actividades a desarrollar y los documentos de gestión que apliquen a su puesto.

7.2.2. Tipo de contrato

El tipo de contrato varía de acuerdo al cargo que se desempeña dentro de la empresa Talla y Torno S.A.S, Se observa el tipo de contrato en la tabla 17.

Tabla 17: Tipo de contratos para empleados de Talla y Torno S.A.S

CARGO	TIPO DE CONTRATO
Gerente	Término Indefinido
Contador	Prestación De Servicios
Operario De Torno	Término Fijo
Operario De Talla	Prestación De Servicios

8. ESTUDIO LEGAL

8.1. TIPO DE SOCIEDAD

La figura de sociedad por acciones simplificada (S.A.S), es el tipo de sociedad escogido para el funcionamiento de la empresa debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento. Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano, que estimula el emprendimiento.

8.1.1. Naturaleza de la sociedad

Es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

8.2. CONSTITUCIÓN Y REGISTRO⁸²

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado donde consta:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

⁸²CAMARA DE COMERCIO CALI, Sociedad por Acciones Simplificada [En Línea] <<http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/seleccione-el-tipo-de-sociedad-a-constituir/sociedad-por-acciones-simplificada>>[Citado 27 Febrero 2015]

- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que la ley le confiere. Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990.

Los accionistas responderán sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, dicha estimación la da las Supersociedades. En el tipo de sociedad SAS puede emitir cualquiera de los tipos de acciones, especificando sus derechos y formas de negociación. Respetando siempre ante todo, la ley.

La única limitación de la SAS es la de negociar sus valores en el mercado público de valores. Cabe destacar que el pago de las acciones suscritas no puede exceder de 2 años.

8.2.1. Procedimientos para el registro de la marca

Para realizar el registro de la marca se hará por medio del proyecto “Implementación de los derechos de Propiedad intelectual de las artesanías emblemáticas de Colombia⁸³” este proyecto, que busca brindar protección legal en Propiedad intelectual a los artesanos y sus productos, proporcionando elementos de competitividad en el mercado. Este proyecto contempla tarifas preferenciales

⁸³ ARTESANAIS DE COLOMBIA, Marca registrada [En Línea] <
http://www.artesanasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/artesano-ya-registro-su-marca_5752
>[Citado 27 Febrero 2015]

debido al convenio interadministrativo con la Superintendencia de Industria y Comercio- SIC con el fin de crear un mecanismo conjunto de apoyo para incentivar el registro de los signos distintivos (marcas comerciales) en el sector artesanal colombiano, se logró que mediante Resolución No. 173 de 2013 del 11 de enero de 2013 la SIC fijará las tasas preferenciales para el sector artesanal.

En el artículo segundo, capítulo primero “1.1.2. Tasas de Signos Distintivos”, se establecieron valores a favor de los artesanos en trámites marcarios, así:

- Solicitud Registro de marca de productos o servicios presentada por artesanos certificados por Artesanías de Colombia (por la primera solicitud) \$ 50.000
- Solicitud Registro de marca colectiva y de certificación presentada por artesanos certificados por Artesanías de Colombia (por la primera solicitud) \$ 70.000
- Solicitud de declaración de protección de denominación de origen \$500.000
- Inscripción de cambios de titularidad (transferencia) del registro marcario de artesano certificados como tales por Artesanías de Colombia \$50.000.
- Inscripción de cambios de titularidad (transferencia) del registro marcario de artesano certificados como tales por Artesanías de Colombia a no artesanos \$700.000⁸⁴.

Para facilitar el proceso de certificación de Artesanías de Colombia, necesario para poder llevar a cabo cualquiera de los trámites antes mencionados, se ha generado un formulario⁸⁵ (Anexo 10) que los interesados deberán llenar con sus datos con el fin de agilizar el certificado.

Después de llenar el formulario se deben seguir los siguientes pasos para realizar el registro de la marca se describen a continuación:

- Inscribirse Hay dos formas de realizar la inscripción, se puede hacer a través de nuestra página de internet <http://www.artesantiasdecolombia.com.co/> o acercándose a nuestras oficina en la Calle 74 No 11-91.
- Asistir a la capacitación Se citara a los interesados a una Capacitación en temas relacionados con la propiedad intelectual y el registro de marca, con el fin de

⁸⁴ARTESANIAS DE COLOMBIA, Registro de marca [En Línea]<
http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/haga-ahora-mas-facil-el-registro-de-sus-marcas_3970 > [Citado 25 De Marzo 2015]

⁸⁵ Formulario De Certificación De Su Unidad Artesanal Para Tramites De Registros Marcarios Ante La Superintendencia De Industria Y Comercio [En Línea] <
https://docs.google.com/forms/d/1OzBqJxXTH97iyYetWaWXwJ-EY6cO_YZjGHZH8SxZRks/viewform?formkey=dEp0UEhZNWZLNmZfZU55NnUyMkdQRIE6MQ >
[Citado 20 De Febrero 2015]

que conozcan los beneficios de tener sus marcas registradas e indicar el procedimiento para obtenerla.

- Evaluación de Producto De Cara a obtener la el beneficio de reducción de tasas para artesanos, en necesario llevar a cabo una evaluación de los productos de cada interesado con el fin de determinar y certificar la calidad de artesanos, esta evaluación es realizada por los diseñadores de Artesanías de Colombia de acuerdo a los criterios internos de la empresa.
- Asistir a la jornada de revisión de expedientes Una vez Obtenida la certificación artesanal, se convocará a los artesanos para realizar la revisión de los expedientes que se van a radicar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, el expediente de cada marca a registrar consta de: Caratula, Formulario diligenciado y firmado, Logo, Certificación Artesanal Expedida por Artesanías de Colombia, Recibo de Pago de la Tasa Administrativa.
- Presentación de Solicitud de Registro de Marca La radicación de la solicitud se puede realizar directamente ante la Superintendencia de Industria y Comercio, a través del sitio Web www.sic.gov.co, o directamente en sus oficinas.

El solicitante debe allegar a la oficina de signos distintivos de la SIC los requisitos formales de presentación, esto es, el formulario diligenciado, el comprobante de pago de la tasa (\$53.000), el certificado de artesano, y dos copias de los artes finales (el logo o la marca que se va a registrar) en un tamaño de 8 cm por 8 cm. En el evento que el artesano no allegue toda la información requerida la Superintendencia –en un plazo aproximado de 15 días- le requerirá, para que en un plazo no mayor a sesenta (60) días se proceda a la respectiva corrección.

- Examen de forma Una vez se dé cumplimiento a lo indicado en el numeral anterior, el Centro de Documentación e Información a la División de Signos Distintivos, realizará la revisión formal de la solicitud de registro (idioma español, datos del solicitante, la marca que se pretende registrar, el comprobante de pago y la indicación de productos o servicios que se pretende amparar). Si del examen realizado por la División mencionada se concluye que la solicitud cumple con los requisitos formales, se procederá a realizar la publicación de la marca en la gaceta de propiedad industrial; de lo contrario, el solicitante tendrá sesenta días (60) para realizar las correcciones del caso.
- Publicación y Oposiciones Con el cumplimiento de los requisitos formales la SIC procede a la publicación de la solicitud –por 30 días- en la gaceta de propiedad industrial, la cual es un medio de divulgación mensual de todas las solicitudes que en materia de propiedad industrial recibe la SIC. Realizada la publicación, cualquier tercero que tenga interés puede presentar por escrito una oposición a la solicitud de registro. El solicitante dispone de treinta (30) días para responder a la oposición.

- Examen de Fondo o Registrabilidad En esta etapa la SIC valora el signo solicitado a registro y analiza si el mismo cumple o no con los requisitos legales para otorgar el registro.
- Decisión Si la SIC en su examen de fondo considera que el signo solicitado a registro cumple con todos los requisitos formales, procede a conceder su registro a través de una Resolución, de lo contrario negará el registro de marca solicitado. En el evento de concederse la marca, la SIC otorgará al solicitante un certificado de registro de su marca, la cual tendrá una duración de 10 años.
- Impugnación de la Resolución Si el solicitante se encuentra en desacuerdo con la decisión tomada por la SIC podrá interponer un recurso de apelación, para que se revoque, corrija o modifique la decisión final.

8.3. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD HECHO A MANO (ICONTEC)

El Sello de Calidad "Hecho a Mano" para la artesanía convenio interinstitucional entre Artesanías de Colombia e ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación), el cual tiene como objetivo incrementar la competitividad de los productos artesanales en el mercado nacional e internacional en el mejoramiento de la calidad y la garantía a los clientes. Tiene un valor de \$1.400.000 de acuerdo a ICONTEC, contempla lo siguiente:

- Diploma o certificación
- Vigencia de 3 años
- 1 auditoria de otorgamiento
- 3 auditorías de seguimiento
- En un primer momento ICONTEC entrega un promedio de 100 a 150 Rótulos contramarcados y numerados con tinta de seguridad. Estos son utilizados para ponerlos en cada uno de los productos realizados bajo la técnica certificada. Luego de que se acaben, de acuerdo al "Manual de Uso del Sello de Calidad", deben de comunicarse directamente con ICONTEC para solicitar más rótulos. En estos momentos el talonario tiene un valor de alrededor de \$25.000 pesos y se entregan 500 sellos.

Antes de iniciar el proceso los asesores del programa Sello de Calidad de Artesanías de Colombia, visita el taller y evalúa el proceso productivo (ver Anexo 11) y los productos para identificar bajo qué Documento Referencial o Norma Técnica del sector artesanal se pueden certificar, como también se da una orientación de como van hacer las auditorias por parte de ICONTEC y diligenciar el

formulario para postularse. Todo esto con el fin de preparar al artesano para los procesos de normalización que iniciaría con el Sello de Calidad.

Para la empresa el Documento Referencial o Norma Técnica del sector artesanal para certificar será para talla “Referencial Nacional de Madera Capitulo Talla Bogotá D.C.”(Ver Anexo 12)

8.3.1. Pasos para la Certificación

1. Solicitud de certificación: Se ha previsto que la solicitud sea presentada por una comunidad para que todo el proceso sea más ágil y se pueda reducir el costo al desplazar personal que evalúe de manera unificada varios talleres.
2. Evaluación: Comprende la visita de un auditor para verificar que los objetos artesanales son elaborados a mano por los artesanos de cada taller, de acuerdo con lo establecido en el referencial correspondiente. Esta actividad se realiza en los talleres en los cuales se elabora el objeto y que solicitan o están autorizados para el uso del sello.
3. Informe: El auditor elabora un informe en el cual plasma los resultados obtenidos durante la evaluación y la propuesta sobre la viabilidad de autorizar o mantener el Sello y lo presenta a un Comité Técnico.
4. Otorgamiento: Una vez se compruebe durante la evaluación que los objetos artesanales son elaborados a mano y cumplen con los requisitos del referencial el Consejo Directivo de ICONTEC aprueba el otorgamiento del Sello con base en el concepto emitido por el Comité Técnico.
5. Firma del contrato: Se firma un contrato de otorgamiento del certificado en donde el taller se compromete a mantener la calidad del producto comercializado y se lleva a cabo la rotulación del producto aplicando las condiciones exigidas para tal fin.
6. Seguimiento: Para verificar que el proceso de elaboración de los objetos artesanales es manual y cumplen con lo establecido en el referencial de manera permanente, al menos dos (2) veces al año, se realizan nuevamente evaluaciones a los talleres artesanales que ostentan el Sello.

8.4. NORMATIVIDAD DE EXPORTACION

8.4.1. Trámites y documentos que se exigen en el proceso exportador.

Los documentos para poder exportar artesanías Personas naturales y/o jurídica deben cumplir lo siguiente:

- Inscripción ante la Cámara de Comercio.
- RUT como Exportador.
- Facturación autorizada por la DIAN.
- Producto a exportar y la Subpartida Arancelaria determinadas
- Identificar si el producto, de acuerdo con el mercado al que va, requiere Certificado de Origen.
- Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.

La realización de cada uno de estos trámites para la obtención de estos documentos se describe a continuación⁸⁶:

I. DOCUMENTOS DE LA EMPRESA

A. Escritura Pública:

Cualquiera que sea el tipo de sociedad (anónima, limitada, en comandita simple, por acciones, unipersonal, etc.) que se escoja, debe constituirse ante Notario, mediante la suscripción de una Escritura Pública.

B. Registro ante Cámara de Comercio:

El siguiente trámite es registrar la empresa ante la Cámara de Comercio, como persona natural o jurídica, para lo cual debe:

- Verificar que el nombre de la empresa no esté ya registrado.
- Diligenciar el formulario de inscripción, anexando:
 - Si es persona natural:
 - Copia de la cédula de ciudadanía
 - Si es persona jurídica:
 - Copia de la Escritura Pública.
 - Acta de la Asamblea de Socios mediante la cual se nombra al Representante Legal.

⁸⁶ ARTESANIAS DE COLOMBIA, Guía para exportar [En Línea] < http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/guia-para-exportar_277 > [Citado 23 De Marzo 2015]

- Copia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.
- Cancelar el derecho de matrícula para la modalidad que sea solicitada

C. Trámites ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.

✓ Para la inscripción en el Registro Único Tributario – RUT- y la solicitud del Número de Identificación Tributaria – NIT-, debe presentar:

- Si es Persona Natural:

Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del solicitante

Formulario RUT diligenciado

- Si es Persona Jurídica:

Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal

Formulario RUT diligenciado

Escritura de constitución de la Empresa

Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio (con vigencia no mayor a tres (3) meses)

✓ Para la inscripción para el pago del Impuesto al Valor Agregado – IVA, se requiere:

- Si es Persona Natural:

- Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del solicitante

- Formulario para IVA diligenciado

- Si es Persona Jurídica:

- Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal

- Formulario para IVA diligenciado

- Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio (con vigencia no mayor a tres (3) meses).

✓ Para la solicitud de autorización de numeración para facturación se requiere:

- Formato para la solicitud de autorización para la numeración de facturación debidamente diligenciado en original y copia, de acuerdo con las instrucciones que se encuentran en el respaldo del formato,
- Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal o de la persona natural
- Fotocopia del Número de Identificación Tributaria –NIT-.

II. REGISTROS PARA LA EXPORTACIÓN

A. Registro en el Ministerio de Comercio industria y turismo. En el Ministerio de Comercio Industria y Turismo se realiza la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, así como el Registro de Productor Nacional,

Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen, siguiendo el paso que se describen a continuación:

- La inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios es gratuita, pero obligatoria, y tiene una vigencia de un año, por lo tanto, debe renovarse anualmente.
- Los exportadores inscritos y con Registro vigente en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, tienen acceso a la utilización de los siguientes Instrumentos de promoción apoyo (Artículo 1°, Decreto 2681 de 1999): Devolución del Impuesto al Valor Agregado IVA involucrado en los productos de exportación; exención del Impuesto al Valor Agregado IVA para servicios (transporte, asesorías, etc.) prestados en Colombia en desarrollo de un contrato de exportación; aprobación de Sistemas Especiales de Importación – Exportación (Planes Vallejo), reconocimiento del Certificado de Reembolso Tributario, CERT; prestación de servicios ofrecidos por el Fondo de Promoción de las Exportaciones PROEXPORT; utilización de Programas Aduaneros Especiales y de Regímenes para usuarios exportadores, registro como Comercializadora Internacional y como usuario permanente de una Zona Franca, Otorgamiento de Créditos de BANCOLDEX; solicitud de Determinación de Criterios de Origen para productos de exportación, exención de la Retención en la Fuente para los ingresos provenientes de exportaciones.
- Para inscribirse en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios es necesario diligenciar la Forma 001 que se reclama en el Ministerio de Comercio industria y turismo Mincit y se presenta en las mismas oficinas; anexar fotocopia autenticada del Número de Identificación Tributaria NIT ó Cédula de Ciudadanía del Representante Legal; anexar original del Certificado de Existencia y Representación Legal o Registro Mercantil, expedido por la Cámara de Comercio del lugar donde se encuentra domiciliada la sede principal de actividades de la sociedad o persona natural, con fecha de expedición no mayor a tres meses a la fecha en que se presente el formulario.

El Ministerio de Comercio industria y turismo realiza la inscripción de conformidad con los requisitos exigidos y entrega un comprobante a la persona que radica el formulario con sello, fecha y número de radicación. Con este comprobante, el exportador puede reclamar el Registro a los cuatro días hábiles siguientes a la fecha de radicación.

B. Registro de Productor Nacional, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen: El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de sus Direcciones Territoriales y Puntos de Atención expide los Certificados de Origen, para los productos de exportación que vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes Acuerdos Comerciales y Esquemas Preferenciales.

- Para obtener el Certificado de Origen, el exportador debe diligenciar el Formulario “Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen” (Forma 010A), este es suministrado por el Grupo de Origen y Producción Nacional del Ministerio de Comercio c junto con las instrucciones para su diligenciamiento, sin ningún costo para el usuario. El formulario debe ser diligenciado y entregado, anexando el certificado de Constitución y Gerencia si se trata de persona jurídica o Registro Mercantil cuando se trate de personas naturales de la Cámara de Comercio. En el caso de que el exportador sea un comercializador, deberá anexar al formulario, una carta del productor mediante la cual se certifique la vinculación comercial entre ambos y lo autorice a utilizar las normas de origen del producto específico.
- Una vez radicado el formulario por el productor y exportador, Mincit verifica la información y determina el Criterio de Origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla de “Relación de Inscripción y Determinación de Origen”, con base en la cual, posteriormente el exportador reclamará el formulario respectivo para obtener el Certificado de Origen. Simultáneamente se registra la empresa como “Productor Nacional” y cuando el caso lo amerite, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo efectuará una visita industrial a las instalaciones de la empresa, con el fin de tener mayores elementos de juicio para proceder a calificar si producción es nacional y para determinar el origen.
- El original de la Relación de Inscripción de Oferta Exportable y Determinación de Origen se expide con destino al exportador a través de un oficio. Esta información tiene una validez de dos años. Sin embargo, el exportador o productor deberá actualizar la información suministrada cuando ocurra cualquiera de los siguientes eventos: cuando varíen las condiciones originalmente registradas por la empresa, cuando se encuentre próximo a su vencimiento, o cuando Mincit lo solicite.

C. Registro en el Instituto Colombiano Agropecuario – ICA

- ✓ Inscripción de los predios de producción

Para conseguir este certificado, se debe radicar una carta en el Instituto Colombiano Agropecuario -ICA- División de Sanidad Vegetal del municipio donde se encuentre ubicada la zona de producción de las frutas u hortalizas a exportar, solicitando la inscripción de los predios y especificando la siguiente información:

- Lugar y fecha de presentación de la solicitud
- Nombre de la empresa y/o exportador
- Número de Identificación Tributaria –NIT- (Persona Jurídica) y/o Cédula de Ciudadanía (Persona Natural) del exportador
- Dirección del solicitante

- Extensión en hectáreas de los predios
- Especies y variedades de frutas producidas con destino a la exportación
- Nombre del asistente técnico
- Firma del exportador o representante legal.
- Adicionalmente se deben anexar los siguiente documentos:
- Concepto técnico del ingeniero agrónomo
- Copia del contrato del Ingeniero Agrónomo, Asistente Técnico o Unidad de Asistencia Técnica Municipal responsable del cultivo
- Matrícula profesional del Ingeniero Agrónomo, Asistente Técnico o Unidad de Asistencia Técnica responsable del manejo del cultivo
- Croquis de la ubicación de los predios y su jurisdicción
- Fotocopia autenticada del Número de Identificación Tributaria –NIT- (Persona Jurídica) ó Cédula de Ciudadanía (Persona Natural) del Exportador
- Original del Certificado de Existencia y Representación Legal o Registro Mercantil, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha de expedición no mayor a tres meses a la fecha en que se presente la solicitud.
- Recibo de pago expedido por la Tesorería del ICA. El monto depende del número de hectáreas a inscribir.

Una vez radicada esta solicitud, el ICA verifica la información y, previa inspección de los predios, emite el Registro de los mismos, el cual tiene una validez de dos (2) años.

✓ Registro de Exportación del ICA

Después de haber inscrito los predios de producción, el productor y/o comercializador debe registrarse como exportador ante el ICA, para lo cual debe solicitar el Registro de Exportación por medio de una carta dirigida a la División de Sanidad Vegetal del Instituto Colombiano Agropecuario –ICA- ubicado en el municipio donde se encuentra la planta de procesamiento, especificando la siguiente información:

- Lugar y fecha de presentación de la solicitud
- Nombre de la empresa y/o exportador,
- Número de Identificación Tributaria –NIT- (Persona Jurídica) y/o Cédula de Ciudadanía (Persona Natural) del exportador
- Dirección y teléfono de la planta de producción
- Especies de frutas que va a exportar
- Nombre de la marca distintiva de la fruta u hortaliza con la que va a realizar la exportación
- Firma del solicitante o Representante Legal

Adicionalmente anexar los siguientes documentos:

- Original del Certificado de Existencia y Representación Legal o Registro Mercantil, con fecha de expedición no mayor a tres meses a la fecha en que se presente la solicitud, expedido por la Cámara de Comercio
- Recibo de pago de Tesorería del ICA

El ICA evalúa las condiciones de la planta producción y emite el Registro de Exportación, el cual tiene una validez de dos (2) años.

D. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible: Realizará el trámite correspondiente ante la entidad para la exportación de las artesanías ya que la materia prima corresponde a flora silvestre.

III. DOCUMENTOS DE LA EXPORTACIÓN

A. Posición Arancelaria

Conocer el código (subpartida arancelaria), a 6 dígitos, que permite identificar numéricamente una mercancía a nivel internacional, con este número se podrá:

- Analizar el comportamiento de su producto en el mercado internacional.
- Conocer el arancel aduanero de los mercados de su interés.
- Conocer otros requerimientos que puede tener su producto para ingresar a los mercados de su interés.

La consulta de este número arancelario se hará por medio del servicio en línea de la DIAN, esta consulta se podrá realizar por el nombre técnico que describe la posición arancelaria, con la posición arancelaria identificada se podrá conocer los documentos de soporte para la exportación de su producto tales como vistos buenos emitidos por parte de agencias nacionales como el ICA o el INVIMA, entre otros.

B. Documento de exportación DEX: El documento de exportación o Declaración de Exportación, DEX, lo expende la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN en sus oficinas de las distintas ciudades, en algunas ciudades, también son vendidos por los almacenes de cadena.

El DEX consta de un original y cinco (5) copias y la DIAN ofrece la posibilidad de que el Documento de Exportación DEX- sea utilizado de dos (2) formas, como Autorización de Embarque y como Declaración Definitiva.

El exportador debe presentar la Declaración Definitiva cuando:

- Realiza un embarque único con cifras definitivas.
- Cuando la declaración tiene por objeto consolidar embarques fraccionados.

- Para indicar las cifras definitivas de un embarque único que había sido presentado con datos provisionales.

Cuando el exportador desee realizar un embarque, deberá dentro de los tres (3) meses siguientes a la aceptación de la Autorización de Embarque, proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva.

El exportador debe presentar el DEX ante la DIAN, para tramitar el embarque al exterior, ya sea por puerto marítimo, aéreo o terrestre.

- EL DEX es diligenciado directamente por el exportador, en el caso en que el valor de la mercancía no supere los \$1.000 dólares.
- Si la mercancía supera el valor de US\$1.000, los trámites aduaneros los debe realizar la Sociedad de Intermediación Aduanera, SIA, la que debe estar debidamente autorizada por la DIAN para realizar este proceso.

El DEX debe presentarse junto con los siguientes documentos:

- Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera.
- Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte).
- Factura Comercial en original y en español.
- Lista de empaque.
- Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.

La DIAN envía una copia del DEX al Mincit con el objeto de registrar de manera definitiva la exportación.

C. Declaración Simplificada de Exportación: Es la Declaración de Exportación para muestras sin valor comercial. Para efectos del régimen de exportación se consideran muestras sin valor comercial aquellas mercancías que sean declaradas como tales y cuyo valor FOB no sobrepase los límites establecidos por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales mediante resolución. Este valor cambia con frecuencia, por lo que debe consultarlo antes de comprometerse al envío de la muestra. Las muestras enviadas por Proexport o por la Federación Nacional de Cafeteros, no están sujetas a límites de valor.

D. Factura Comercial: Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizada por las autoridades aduaneras del país de destino como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías, para aplicar los derechos, gravámenes y aranceles de importación. A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge las condiciones

pactadas entre las partes. La Factura Comercial es un documento fundamental e imprescindible en cualquier transacción comercial.

La factura comercial debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe tener impresa la denominación "Factura de venta"
- Nombre o razón social, NIT, dirección, teléfono, ciudad y país del exportador
- Numeración consecutiva autorizada por la DIAN y fecha de elaboración
- Nombre o razón social del comprador en el país de destino, dirección, teléfono, ciudad y país
- Número de Identificación Tributaria –NIT- o el número que le permita identificar alguna referencia fiscal u otro tipo de información al comprador
- Fecha de expedición
- Descripción clara y completa del producto, indicando características tales como: tipo de empaque, presentación etc.
- Plazo para el embarque, si será único o parciales.
- Puerto de recepción o lugar de entrega de la mercancía donde será embarcada vía DAF, CPT, CIP, CFR, CIF, DPP, FAS, FOB, O FCA. (Ver Incoterms⁸⁷).
- Valor unitario por ítem y moneda de negociación
- Valor total por ítem y moneda de negociación
- Valor de los fletes, prima de seguro, comisiones y costos de embalaje para el transporte: estos ítems deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite o según las condiciones de venta. En el país destino, estos conceptos pueden ser parte de la base gravable para calcular los impuestos de la importación (según tipo de negociación –INCOTERM acordado).
- Valor total de la exportación
- Condiciones de negociación (forma y plazo de pago)
- Firma y sello del vendedor o representante legal
- Junto con esta factura se incluirá la lista de contenido o packing list, en el que se especifica el contenido de cada bulto de la expedición.

E. Vistos Buenos: La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las normas vigentes requiera su producto para ser exportado. En este caso se deberá asistir a la CAR(Corporación Autónoma Regional).

⁸⁷ COEMRCIO Y ADUANAS [En Línea]<
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/461-como-entender-los-incoterms>> [Citado 4 De Enero 2015]

F. Documento De Embarque: Una vez entregada la mercancía, la compañía transportadora emite un documento, llamado “Documento de Embarque”, en el que la compañía se compromete a transportar la mercancía desde un puerto o aeropuerto de origen a otro de destino. Este servicio es pagado según los términos de negociación o INCOTERM. Aplica para CFR, CIF, CPT, CIP, DAF (se paga por partes iguales entre el comprador y el vendedor), DES, DEQ, DDU, DDP. El documento de embarque dependerá del modo de transporte a utilizar: Bill of Lading (B/L) para transporte marítimo; guía aérea o Air Waybill (AWB) para transporte aéreo o Carta de Porte terrestre. En el caso de transporte multimodal, el operador OTM emitirá un DTM, o Documento de transporte multimodal; para contratos charter o de fletamento aéreo o marítimo, el documento a expedir se denomina póliza de fletamento.

Algunos documentos de embarque, en especial el marítimo o B/L y el DTM pueden negociarse.

G. Certificado De Origen: Para que un producto pueda acogerse a las ventajas de un determinado esquema o acuerdo comercial, deberá estar acompañado, en el momento de la importación, de un Certificado de Origen emitido en Colombia, donde se indiquen las normas o criterios de origen, debidamente firmado y sellado por el funcionario habilitado por el Ministerio de Comercio Exterior en Colombia para el efecto.

Existen varios tipos de Certificados de Origen, dependiendo del Acuerdo Comercial o los Esquemas de Preferencias con el país al cual se va a exportar, en este caso se tendrá en cuenta el Certificado para el mercado Europeo, el certificado Código 250. Aplica para el Sistema General de Preferencias y utiliza el formulario “SGP-FORMA A”: Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Grecia, Holanda, Italia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal y Suecia), Guadalupe, Martinica, Guyana Francesa, Estados Unidos, Canadá, Noruega, Suiza y Europa Oriental (Bulgaria, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Polonia y Comunidad de Estados Independientes C.E.I. antes la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas URSS) y Japón.

Acuerdos firmados por Colombia. Este formulario no tiene un criterio de origen en especial, fuera de la certificación de que la mercancía es originaria de Colombia, se utiliza únicamente para efectos administrativos y no sirve para reclamar una preferencia arancelaria.

Con base en el criterio de origen determinado por el país al que se exporta y de los Acuerdos Comerciales vigentes, el exportador reclama en el Ministerio de Comercio Exterior, el respectivo formulario, lo diligencia y lo presenta, acompañado de la Factura Comercial, para obtener el Certificado de Origen. En su diligenciamiento debe tenerse en cuenta la Norma de Origen que le corresponde al producto de acuerdo con el país de destino.

El certificado de origen busca demostrar que el producto es originario de Colombia y cada uno de los acuerdos exige un porcentaje de valor agregado nacional distinto.

H. Lista De Empaque O Ficha Técnica Del Producto:

Es la relación detallada del contenido de cada una de las piezas que conforman la carga.

Esta lista acompaña la factura comercial, proporciona información respecto al producto, peso ,tamaño ,materiales, tiempo de fabricación, empaque, embalaje y otras características que definen el producto, así como las condiciones de manejo y transporte de la mercancía. Con la lista de empaque el exportador le garantiza al importador y a la Aduana que durante el tránsito de sus mercancías se dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo ya que, en caso de percance, podrá hacerse, sin mayores dificultades, los reclamos correspondientes a la compañía de seguros.

En la lista se indica la cantidad exacta de artículos que contiene cada caja, bulto, envase, y embalaje general. En cada uno se debe anotar en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, los mismos que deben relacionarse en la factura, escribiéndose al lado de la descripción de cada una de las mercancías que contienen. Se debe procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión de la Aduana y se evita que esta sea más profunda.

Indica el número de bultos, forma de embalaje, pesos y dimensiones, marcas, detalla de cada bulto. Es importante en embarques de equipos de grandes dimensiones, embarques parciales y embarque aéreos. Este documento sirve para emitir el conocimiento de embarque.

La DIAN envía una copia del DEX al Mincomex con el objeto de registrar de manera definitiva la exportación

IV. ACTIVIDADES ANTE LA DIAN PARA EL ENVÍO DE SU PRODUCTO AL EXTERIOR

A. Solicitud de autorización de embarque

La solicitud de autorización de embarque deberá presentarse ante la Administración de Aduana con jurisdicción en el lugar donde se encuentra la mercancía a través del sistema informático aduanero junto con los documentos soporte de la exportación.

B. Autorización de embarque e ingreso de la mercancía a zona primaria

Una vez aceptada la solicitud de autorización de embarque, la mercancía debe ingresar a la zona primaria para inspección, en los casos que sea requerida.

Se entiende que la autorización de embarque ha sido aceptada cuando la Aduana, a través del sistema informático, asigne el número y fecha correspondiente y autorice al declarante la impresión (el declarante podrá ser el exportador o la Sociedad de Intermediación Aduanera por él contratada). En caso contrario, la autoridad aduanera, por el mismo medio, comunicará inmediatamente al declarante las causales para la no aceptación. La autorización de embarque tiene un mes de vigencia.

C. Inspección de la mercancía

La autoridad aduanera, a través de su sistema informático, con base en criterios técnicos de análisis de riesgo o de manera aleatoria, podrá determinar la inspección documental o física de la mercancía.

Antes de embarcar la mercancía, la Policía Antinarcóticos puede realizar una inspección física del producto. Esta inspección puede inclusive obligar al exportador a descargar la mercancía del contenedor.

D. Embarque y documentos que lo acompañan

Una vez inspeccionada la mercancía y autorizado el embarque, se procede a cargarla en el medio de transporte, acompañada de los siguientes documentos que se requieren para la nacionalización de la mercancía en el puerto de destino:

- Factura comercial
- Documento de embarque
- Certificado de origen
- Certificado fitosanitario
- Lista de empaque

E. Certificación del transportador

El transportador elabora el documento de embarque y debe transmitir electrónicamente la información del Manifiesto de Carga dentro de las veinticuatro horas siguientes al embarque. El sistema informático aduanero le asignará número consecutivo y fecha.

F. Expedición del DEX

La autorización de embarque con el número de manifiesto asignado por el sistema informático, se convierte en Declaración Definitiva.

V. REQUERIMIENTOS FINALES PARA LA EXPORTACIÓN

A. Aceptación de las condiciones: El importador en el exterior confirma al artesano exportador colombiano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación. El importador efectúa el pago de acuerdo con la forma establecida en la factura proforma (apertura de carta de crédito, transferencia bancaria o cheque certificado).

B. Confirmación del pago: Una vez el importador en el exterior realice el pago, el Banco Comercial colombiano recibe copia de la transacción, del banco corresponsal garante y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.

C. Solicitud de Vistos Buenos: La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o otorgamiento del visto bueno. Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de productos artesanales colombianos.

D. Contratación del Transporte: El exportador contratará el medio de transporte y la compañía de transporte mas adecuada (teniendo en cuenta la clase de mercancía, los costos y la necesidad de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador. Las modalidades de transporte mas usadas a nivel internacional son la aérea y la marítima.

E. Factura consular: La factura consular informa del precio y origen de la mercancía y la emite el consulado del país del comprador en el país vendedor.

F. Póliza de seguro: Este documento recoge las condiciones en que se aseguran las mercancías. La póliza de seguros cubre al asegurado importador por las pérdidas, averías a los daños materiales que sufran las mercancías en el tránsito del transporte nacional e internacional por cualquier medio o combinación de medios. Cuando se vende CIP, CIF, DES, DAF, DDU, DDP dicha póliza la contrata el exportador durante el transporte al destino final.

Durante el tránsito de la carga se cubren los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales sufridos a causa de siniestros como incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento. En caso de querer cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo y lo efectúan por convenio expreso. Tales riesgos son: huelga y protestas populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada, desviación o cambio de ruta, trasbordo y otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte; continúa durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo. Cuando se solicita sólo por el recorrido desde el puerto marítimo o aduana terrestre de entrada en el país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

G. Certificados:

- De análisis. Documento que certifica que la naturaleza, composición, grado, etc., de la mercancía corresponden a la calidad contratada.
- De depósito. Se exige en los casos en que la existencia de depósito previo obligue a realizarlo antes de despachar la mercancía.
- De inspección. Indica que las mercancías han sido examinadas y encontradas conformes con la mencionada en un contrato o una proforma. Lo realizan compañías especializada como SGS, Bureau Veritas, Lloyds's, etc. Generalmente se inspecciona el 10% del total de la mercancía.
- De origen. Documento que identifica las mercancías expedidas y declara expresamente dónde se fabricó la mercancía.
- De origen del SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas). Documento de importación que muestra el trato preferencial otorgado a los países en desarrollo.
- De peso. Este documento hace constar el peso de la mercancía (neto y bruto), bulto por bulto.
- Certificado fitosanitario. El Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, otorga un visto bueno para la exportación de animales y plantas vivas y productos de origen animal o vegetal sin procesar.
- De seguro. Documento que prueba que se ha contratado el seguro de una expedición concreta.

H. Pago de la Exportación: Las exportaciones generan la obligación de reintegrar las divisas recibidas, mediante la apertura de carta de crédito, una transferencia bancaria o un cheque certificado.

- Pago en moneda legal os artesanos exportadores residentes en el país podrán recibir el pago de sus exportaciones en moneda legal colombiana únicamente a través de los intermediarios del mercado cambiario, presentando la respectiva declaración de cambio.
- Créditos concedidos por exportadores
- Pagos anticipados

8.4.2. Documentación requerida para envío de muestras y envíos por tráfico comercial.

El Transporte de muestras sin valor comercial se entiende por muestras sin valor comercial a aquellas mercancías que tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el País. Sin embargo esto varía de acuerdo a la legislación de muestras existente en cada uno de ellos. Dentro del manejo de mercancías por vía aérea, ya sea como muestras sin valor comercial o envíos urgentes, se destacan las ALIANZAS que PROCOLOMBIA ha suscrito con diversas transportadoras, para reducir el costo de los envíos en que incurren aquellas empresas que trabajan en los diferentes programas ofrecidos por nuestra entidad.

Documentación requerida para el envío de muestras:

- 2 facturas pro forma, firmada por el transportista, deberá acompañar al envío.
- La licencia no se requiere para las muestras: Productos de comercio en general de hasta 255,65 euros por remesa. Y Productos agrícolas hasta 51,13 euros por remesa, salvo seedgood.
- Muestras Comerciales forman parte de una transacción comercial (sujeto a pago) necesitan los mismos documentos que se requieren para envíos comerciales.

El transporte por tráfico postal se entiende al envío de mercancías por unidad con valor comercial.

Documentación Requerida para el transporte por tráfico postal y envíos urgentes:

- Estar inscrito como exportador o comercializador internacional en el RUT
- Conocer la posición arancelaria del producto y los vistos buenos requeridos
- Investigar las condiciones de acceso del producto en el país destino.
- Tener claridad sobre los medios y procedimientos de pago, en atención al reintegro de divisas.
- Guía aérea (empresa de correo).
- Carta de responsabilidad antinarcóticos.
- Factura comercial o formato definido pro al empresa de correo.

8.4.3. Normatividad general en Colombia para exportación

El marco legal del proyecto esta conformado principalmente por la legislación de comercio exterior, aduanera y cambiaria que en conjunto rigen el proceso de exportación Colombia.

- Legislación Comercio Exterior (Ley 07de 1991 y decreto 1740 de 1994)

- Estatuto Aduanero (Ley 2685 de 1999- resolución 4240 del 2000, ambas fueron modificadas por el Decreto 1198 del 2000 y la resolución 4240 del 2000, arancel armonizado de Colombia).
- Estatuto Cambiario (Ley 9 de 1991, Resolución 8 de 2000 y Resolución Externa No 2 de 2001)
- Otros (Estatuto Tributario 479-481 extensión de impuesto a las ventas, Decreto 653 de 1990 reglamenta materia primas y retención en la fuente y ley 527 de 1999 uso del comercio electrónico)

8.4.4. Normatividad para exportación de artesanías en madera

Para exportar artesanías se puede en cualquier tipo de madera, lo importante es que los productos que la empresa adquiera provengan de aprovechamientos legales o sean comprados en establecimientos comerciales que se dediquen a esta labor.

Con las facturas, salvoconductos o guías de movilización, que son los documentos expedidos para la movilización de productos forestales, la empresa realizará el trámite ante el ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible para la exportación de las artesanías ya que la materia prima corresponde a flora silvestre.

8.4.5. Normatividad de cumplimiento para el acceso de los productos en el mercado Europeo

La Unión Europea tiene una legislación común para los artículos Importados a este país, estas son algunas de las que aplican:

- Se deben cumplir los requisitos de la directiva de seguridad general (2001/95/EC)

Un producto se considerará seguro si cumple las disposiciones de seguridad previstas por la legislación europea, o si no existen dichas reglas, si cumple las normativas nacionales específicas del Estado miembro de su comercialización. También se considera que el producto es seguro si es conforme con una norma europea establecida con arreglo al procedimiento establecido en la presente directiva.

- Los productos no pueden contener contaminantes orgánicos persistentes (COPs) que estén prohibidos por la UE ((EC) 850/2004). Algunos de estos componentes que se usan como retardantes de llama son:
-Éter de tetrabromodifenilo

- Éter de pentabromodifenilo
- Éter de hexabromodifenilo
- Hexabromodifenilo
- Éter de heptabromodifenilo
- Pentaclorobenceno

- Se deben cumplir los requerimientos del marco reglamentario de las sustancias químicas del UE Reach ((EC)1907/2006). Esta regulación prohíbe el uso de sustancias como:

- Níquel en accesorios ((EC)1907/2006 Reach)
- Cadmio. Las partes metálicas no pueden contener más de 0,01% (100mg/kg) de cadmio.
- Colorantes azo.

- Alemania aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de marzo de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

- La Unión Europea, bajo la directiva EC 2006/122/ prohíbe el uso de sulfonatos de perfluorooctano, PFOS.

- No podrá comercializarse o utilizarse como sustancia o componente de preparados en concentraciones iguales o superiores al 0,005% en masa.

- No podrá comercializarse en artículos o productos semiacabados o en partes de ellos, si la concentración de PFOS es igual o superior al 0,1% en masa calculada con referencia a la masa de las partes diferenciadas con carácter estructural o microestructural que contengan PFOS o, para los textiles u otro material de revestimiento, si la cantidad de PFOS es igual o superior a 1µg/m² del material de revestimiento

- Control:

Las aduanas europeas verificarán si los productos cumplen los requisitos de seguridad aplicables. Si hay peligro, pueden imponer restricciones a la comercialización o retirar el producto del mercado. El sistema de intercambio rápido de información (RAPEX) agiliza la información entre las autoridades de los países de la UE y la Comisión sobre las medidas adoptadas

- Empaque:

- Todo el empaque importado debe cumplir con los estándares europeos (ser reusable, reciclable, tener el mínimo volumen y peso para mantener los niveles

necesarios de seguridad, higiene, y aceptación por parte del consumidor, contener no más de los niveles mínimos de metales pesados y otras sustancias peligrosas, entre otros).

-Materiales de empaque en madera (transporte) (Directiva 2000/29/EC): la Unión Europea tiene unos requisitos para los materiales de empaque en madera.

-Empaque y desechos del empaque (Directiva 94/62/EC): esta legislación restringe el uso de ciertos metales en el empaque, diseñado para prevenir el mal uso, reúso, reciclaje y otras formas de recuperar los desechos finales.

8.5. OTRAS CERTIFICACIONES QUE PUEDEN GENERAR VALOR AGREGADO

Dado que los temas de comercio justo y consumo ético han tomado tanta fuerza en estos mercados, los consumidores europeos tienen preferencia por productos con certificaciones. Aunque no es una condición necesaria para ingresar al mercado, puede generar valor agregado. Algunas de ellas se ven en la ilustración 30 son:

Ilustración 304: Certificaciones De Preferencia Por El Cliente En La Unión Europea.



Fuente: Proexport

- La etiqueta ecológica comunitaria o "logotipo de la flor" (ecolabel) es la marca oficial en la UE para los productos que tienen un menor impacto ambiental. Su objetivo es ayudar a los consumidores a identificar aquellos productos que contribuyen de manera significativa al cuidado del medio ambiente. La participación

en el programa es voluntaria. Esto significa que los productos puedan ser vendidos en el mercado de la UE sin el logotipo de la flor, ya que no existen normas que obliguen a solicitar la etiqueta ecológica.

- Ángel Azul alemán Sistema de ecoetiquetado pionero en el mundo que utiliza como símbolo el Ángel Azul, empleado en el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el término etiqueta ecológica debajo y una explicación del porque ese producto es ecológico.

9. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Para el estudio del impacto ambiental que tendrá la puesta en marcha del taller artesanal se utilizó la matriz Leopold, este método se basa en el desarrollo de una matriz al objeto de establecer relaciones causa-efecto de acuerdo con las características particulares de cada proyecto. Esta matriz puede ser considerada como una lista de control bidimensional. En una dimensión se muestran las características individuales de un proyecto (actividades, propuestas, elementos de impacto, etc.), mientras que en otra dimensión se identifican las categorías ambientales que pueden ser afectadas por el proyecto. Su utilidad principal es como lista de chequeo que incorpora información cualitativa sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación. Se realizó una matriz Leopold reducida la cual puede verse el Anexo 13.

Al analizar los resultados del estudio de la matriz se observan grandes impactos en factores culturales como: naturaleza, residuos peligrosos, salud y seguridad, este era el resultado esperado ya que el uso de madera genera residuos como viruta que afecta la salud del operario y de quien ocupe este espacio de trabajo, además de la utilización de elementos para aseo y pintura. La Agricultura tiene un factor positivo aunque pequeño ya que ellos son los principales entes aprovechadores de la viruta de madera. El factor de características físicas y químicas, las emisiones generadas por el uso de limpiadores, barnices, aceites y lubricantes y los suelos por los residuos que se generan por los elementos de embalaje. La flora en las condiciones ecológicas cuenta con una alta afectación ya que la materia prima utilizada es la madera. Los residuos peligrosos generados por la zona administrativa aunque su impacto ambiental es alto, la generación de estos por parte de la empresa es baja.

Para obtener una mejora con el impacto ambiental significativa la empresa Talla & Torno implementará una campaña para promover una cultura de concientización ecológica con el personal la cual se efectuará desde la inducción del personal y se practicará durante la realización de sus actividades, para esto se complementaron las buenas prácticas ambientales y se generó un manual para que todos en la empresa tengan conocimiento de dichas prácticas y contribuyan con el cuidado del medio ambiente. Este manual se complementa con la aplicación de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) y la separación de residuos, para generar un menor volumen de residuos o basura, ahorrar dinero y ser un consumidor más responsable, ayudando así en con la reducción de la huella de carbono. Ver Anexo 14.

En diferentes espacios de la empresa habrá canecas para la disposición de los residuos, en el área de producción una caneca para la viruta de madera y otra para los retazos de madera, en los baños una caneca verde para residuos ordinarios y en el área administrativa una caneca una azul para plásticos, una verde para residuos ordinarios, una gris para papel y cartón, adicionalmente se colocará una

Deyssy Arias

caja para situar las hojas a reutilizar y otra para los sobres a reutilizar. También una caja más pequeña para Cd's y pilas, las cuales serán llevadas a los depósitos de centros comerciales más cercanos para su disposición ya que la cantidad de este residuo es mínimo. Las luminarias quemadas irán al depósito central de basura junto con los restos recogidos al final del día los cuales se dispondrán con la empresa respectiva recolectora de basuras los días de la ruta de basuras o cuando la entidad lo disponga para los otros residuos.

10. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

10.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Talla & Torno, es una empresa-tallar dedicada a la elaboración de artesanías con la técnica del torno y la talla, basada en procesos realizados manualmente que cumplen con los estándares de calidad HECHO A MANO, que buscan realizar piezas utilitarias y decorativas basadas en diseños donde se haga uso de la geometría, las texturas y se pretende resaltar la talla elaborada en madera con motivos propios inspirados en la historia precolombina del país, brindando a la pieza un carácter único y transformador de espacios, también se realza en su acabado la importancia de las vetas y colores naturales de la madera aplicando aceites y ceras naturales.

Cada artesanía tiene impreso un concepto diferente en su estructura el cual cuenta una historia especial y le permita al cliente ambientar y revivir esas historias a través de estas piezas de diseño en madera.

10.2. ASPECTOS ESTRATÉGICOS

10.2.1. Misión

Ofrecer al cliente una pieza artesanal de carácter único que transforme su espacio a través de piezas utilitarias y decorativas elaboradas manualmente que cuenten una historia cultural o precolombina de nuestro país modelada en la madera.

10.2.2. Visión

Ser una empresa líder en el sector de las artesanías de madera exportadas a Alemania, brindando a los clientes el mejor diseño, calidad, precio, asesoría y un sinfín de variedad de productos que cumplan con la satisfacción de sus necesidades.

10.2.3. Ventajas competitivas de la empresa

- Diferenciación en oferta: El producto a realizar es innovador ya que no es la típica artesanía realizada en madera, cuenta con un componente histórico y decorativo que le da un valor estético a la pieza.
- Enfoque: Los productos van dirigidos a personas que busquen una mezcla de arte en madera contenida de cultura y distinción, para que ellos y sus familias disfruten de una pieza única en el ambiente de su hogar o laboral.

11. EVALUACIÓN FINANCIERA

Mediante la realización del análisis a la estructura financiera del proyecto donde se evalúa las inversiones, costos, gastos y toda la información proyectada a un periodo de 5 años. Estas proyecciones se hicieron basadas en el incremento del PIB el cual en los últimos años ha estado en un promedio del 4%.

11.1. INVERSIÓN

11.1.1. Inversión Fija

- Maquinaria y Equipo: Se incluye la compra de la maquinaria necesaria para la producción .Adicionalmente las herramientas de mano usadas en la producción. De acuerdo con las cotizaciones de maquinaria realizadas a diferentes empresas distribuidoras. Por diseño, calidad, precio, garantía, instalación y beneficios de mantenimiento preventivo y correctivo del funcionamiento de las maquinas se escogió la empresa craftman. (Ver anexo 24).El costo estimado para la inversión por concepto de maquinaria y equipo es de \$ 8.074.918 en maquinaria y \$ 510.003. para herramienta de mano.
- Muebles y Enseres: Comprende todos los muebles necesarios para la prestación del servicio y el funcionamiento del área administrativa. El costo de la inversión en muebles y enseres es de \$ 265.700 (Ver Anexo 24)
- Equipo De Computo Y Comunicación: Comprende todos los equipos e implementos administrativos necesarios para el funcionamiento de la empresa. (Ver Anexo 24)
- Total Inversión Fija: En la tabla a continuación se muestran los costos totales por inversiones fijas. Ver tabla 18

Tabla 18: Total de costo de inversiones fijas.

Concepto	Valor
Maquinaria y Equipo	8.074.918
Equipo de Computo	1.968.900
Equipo de Oficina	265.700
Herramientas de Mano	510.003
Valor Planta y Equipo	\$ 10.819.521

11.1.2. Inversión Capital De Trabajo

La empresa arrancará operaciones durante el primer año, y se percibirán ingresos hasta el primer pedido a través de las ventas en ferias o por la página web. Entonces el capital de trabajo son los recursos financieros necesarios para garantizar la operación de la empresa durante el primer año de operación. El valor total de la inversión de capital de trabajo se muestra en la tabla 19.

Tabla 19: Capital de trabajo

Concepto	Valor	Observaciones
Caja y Bancos	\$ 43.831.873	Contingencias
Inventarios	\$ 26.351.880	Materias Primas de 3 Meses
Capital de Trabajo	\$ 18.996.727	Nómina y Gastos Fijos de 3 Meses
Valor Capital de Trabajo	\$ 89.180.479	

11.1.3. Inversión Total

Se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija y la inversión de capital de trabajo, correspondientes al primer año de operaciones para un valor total de \$ 100'000.000.

11.2. EGRESOS

11.2.1. Costos de producción.

- Compra De Inventarios Materias Primas: Las materias primas necesarias para el proceso productivo de la elaboración de las artesanías, identificando los costos en los que se incurre para la producción de cada uno de los productos a fin de cumplir la demanda estimada. Ver anexo 24.
- Mano De Obra Directa: Los costos incurridos por mano de obra directa. Las personas trabajarán un turno de 8 horas los 6 días de la semana de los cuales el tiempo que dedican a la elaboración de cada es pieza es diferente. El costo de mano de obra directa por persona es de \$ 1.012.036. Para un escenario en el que las ventas cumplan un 100% la demanda establecida se necesitan 3 personas en torno y 4 en talla. Ver anexo 24.
- Costos Indirectos De Fabricación: Son todas las erogaciones o desembolsos diferentes destinados a materiales y mano de obra realizados para cubrir los requerimientos de procesos y el desarrollo productivo como servicios públicos, arriendo de la planta de producción, seguros de planta, los materiales indirectos y la mano de obra indirecta. El total de CIF es de \$ 1.935.342. Ver anexo 24.

- Costos De Distribución: El costo incurrido en el embalaje del producto y envío, el cual se lleva a cabo cada vez que sea necesario hacer llegar el del producto al cliente final, este varía según el tipo de pieza, tamaño y peso.

11.2.2. Gastos Operacionales Fijos De Administración Y ventas.

Gastos Administrativos: Está compuesto por el pago de nómina para el personal administrativo de la empresa, en este caso es una sola persona y tendrá un valor de \$ 1.870.071., el pago de honorarios para el contador y la asesoría legal para la conformación de la empresa, los seguros de riesgo, el arriendo, los servicios, la depreciación administrativa (Equipo de Computo: 3 Años y Equipo de Oficina: 10 Años) y los diversos. Ver anexo 24. También se tendrán los gastos de puesta en marcha donde se incluye la certificación de calidad la cual tiene un tiempo de vigencia de tres años, estos tienen un valor de \$5.787.100 como se observa en la tabla 20.

Tabla 20: Puesta En Marcha

Concepto	Valor
Asesoría Legal Creación Empresa	\$1.288.700
Registro Mercantil	\$545.400
Adecuación Taller	\$2.500.000
Certificación de Calidad (3 años)	\$1.400.000
Registro De Marca	\$53.000
Valor Puesta en Marcha	\$5.787.100

- Gastos De Ventas: Es la publicidad requerida para la promoción de la empresa, las ferias. Esta publicidad necesaria en material POP y por la asistencia a ferias. Ver anexo 24.

11.2.3. Estructura de costos y gastos variables

- Gastos Variables de ventas: El impuesto de industria y comercio, definido como el gravamen establecido sobre las actividades industriales, comerciales y de servicios, a favor de cada uno de los distritos y municipios donde ellas se desarrollan, según la liquidación privada. Adicionalmente las comisiones de ventas al agente sobre el monto total de la negocio de un 5%.

Deyssy Arias

- Costos variables:

- Materia Prima e Insumos:

Este costo está compuesto por la materia prima requeridas para la elaboración de cada pieza como madera, laca, sellador, lija y mecanismos de los esferos (Kit Pen). Para la elaboración de cada producto se requiere un consumo de madera el cual esta calculado en Cm3, lija calculada en unidades (hoja), laca y barniz calculado en Galones. El mecanismo de los esferos es un Kit por cada producto. (Ver anexo 24)

- Costos de distribución:

*Embalaje: Empacar el producto para ser exportado, este costo se da cada vez que sea necesario hacer llegar el producto a su cliente final, este costo varía según el tipo de pieza, tamaño y peso. Estos costos se pueden observar en la ficha de producto, Ver anexo 24.

*Envíos: Se incurre en el costo cada vez que sea necesario hacer el envío del producto al cliente final, el cual varía según el tipo de pieza, tamaño y peso. Estos costos se pueden observar en la ficha de producto. Estos costos se pueden observar en la ficha de producto, Ver anexo 24.

11.2.4. Costos Fijos:

- Mano De Obra Directa: Este costo incluye los salarios de las personas que laboran en el área productiva de la empresa ya que están contratadas por nomina a término fijo. Estos costos se pueden observar en la ficha de producto, Ver anexo 22.

- CIF: Se incurren como gastos fijos los servicios de acueducto, servicio de energía, arriendo, mantenimiento preventivo, depreciación, tiempo improductivo y tiempo ocioso.

- Depreciación De Equipos De Planta: Este costo es causado por el desgaste del uso de los equipos, maquinaria y herramientas de planta. Se calcula como un valor proporcional a los años de vida útil. Para realizar la depreciación en este proyecto se utilizará el método línea recta. Ver anexo 24

Maquinaria y Equipo: 10 Años
Herramientas de Mano: 2 Años

11.2.5. Costos Totales Y Unitarios

- Costos Totales: En la tabla 21 se calculan los costos totales asociados a la producción y comercialización de las artesanías en madera con torno y talla, a un periodo proyectado de 5 años.

Tabla 21: Costos totales por tipo de productos que produce la empresa.

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ajedrez Batalla De Boyacá	75.108.910	80.410.715	86.016.491	91.942.071	98.204.072
Copa	52.963.283	57.540.824	62.399.827	67.555.485	73.300.361
Bombonera	49.672.581	54.034.633	58.666.173	63.581.781	68.796.771
Plato Tolima	34.538.998	37.573.078	40.885.075	44.401.915	48.134.686
Fancy Slimline Pen	9.146.882	9.808.710	10.552.819	11.340.763	12.222.416
European Pen	11.156.674	12.027.439	12.950.014	13.927.151	14.961.740
American Pen	8.953.766	9.610.695	10.305.852	11.041.244	11.818.979
Total Costo de Ventas	241.541.095	261.006.094	281.776.251	303.790.411	327.439.025
% de Costo de Ventas	22,93%	23,13%	23,03%	23,07%	22,96%

- Costos unitarios: Para el cálculo del costo unitario se realizó una ficha de producto donde se incurren todos los costos fijos y variables que tiene el producto como materia prima, insumos, mano de obra, Cif, embalaje y envío. En la tabla se puede observar el costo unitario total por producto. En la tabla 22 se muestra el costo unitario por producto.

Tabla 22: Costo unitario por producto.

CONCEPTO	COSTO
Ajedrez Batalla De Boyacá	\$ 736.361
Copa	\$ 118.221
Bombonera	\$ 114.189
Plato Tolima	\$ 83.629
Fancy Slimline Pen	\$ 40.652
European Pen	\$ 45.352
American Pen	\$ 47.881

11.3. INGRESOS

11.3.1. Precio de venta promedio

Para la determinación del precio de venta se tuvo en cuenta la política establecida según los parámetros de artesanías de Colombia que se define para las ventas directas con el cliente vía Web es de 7 a 10 veces más del precio de salida de Fábrica. El precio de venta para el importador sin incluir el envío será de 3 veces más el precio de salida de fábrica. El precio de venta sin incluir el envío para las boutiques o galerías será el doble al precio de salida de fábrica.

11.3.2. Proyección De ingresos a cinco años

Los ingresos se determinan según las ventas, ver anexo. Para proyectarlos a 5 años se tuvo en cuenta la capacidad instalada de la palta, la investigación de mercados y el comportamiento del PIB en los últimos años. Ver anexo 24.

11.4. ANALISIS DE ESCENARIOS

La proyección de los estados financieros para cada uno de los escenarios a evaluar será a 5 años teniendo en cuenta el crecimiento de ventas esperado para la empresa.

El proyecto se evalúa mediante dos criterios el valor presente neto y al tasa interna de retorno y según el resultado se define si el proyecto es viable o no.

La evaluación de la viabilidad se realizó teniendo en cuenta:

- Si el VPN es positivo, el proyecto se considera viable.
 - Si la TIR > tasa oportunidad esperada, el proyecto se considera rentable.
 - Si la TIR resulta menor a la esperada (14,52%) se recomienda no invertir.
- Escenario Más Probable:

En este escenario se da el cumplimiento del 50% de la demanda establecida. Para este escenario los resultados se ven en el Anexo 24.

Según los resultados se obtiene:

TIR: 235,54%

VPN: \$ 679.704.883

Es decir que durante los primeros cinco años de operación de la empresa el VPN es mayor a cero, lo que lleva a aceptar la inversión. La Tasa Interna De Retorno obtenida es mayor a la tasa de oportunidad esperada de un 14,52%, lo que permite concluir que el proyecto es rentable desde una perspectiva económica. Con este escenario la inversión se recupera a un año de operación de la empresa. Estos resultados se muestran a detalla en el Anexo 24.

- Escenario Más Optimista:

Según los resultados se obtiene:

TIR: 492,50%
VPN: \$ 1.449.135.473

Es decir que durante los primeros cinco años de operación de la empresa el VPN es mayor a cero, lo que lleva a aceptar la inversión. La Tasa Interna De Retorno obtenida es mayor a la tasa de oportunidad esperada de un 14,52%, lo que permite concluir que el proyecto es rentable desde una perspectiva económica. Con este escenario la inversión se recupera a un año de operación de la empresa.

En este escenario se da el cumplimiento del 100% de la demanda establecida y se aumenta la mano de obra tanto con dos personas mas en torno y una persona mas en talla. Estos resultados se muestran a detalla en el Anexo 24.

- Escenario Pesimista:

Según los resultados se obtiene:

TIR: 87,05%
VPN: \$ 198.966.646

Es decir que durante los primeros cinco años de operación de la empresa el VPN es mayor a cero, lo que lleva a aceptar la inversión. La Tasa Interna De Retorno obtenida es mayor a la tasa de oportunidad esperada de un 14,52%, lo que permite concluir que el proyecto es rentable desde una perspectiva económica. Con este escenario la inversión se recupera a un año de operación de la empresa.

En este escenario se da el cumplimiento del 25% de la demanda establecida y se mantiene la mano de obra del escenario mas probable. Estos resultados se muestran a detalla en el Anexo 24.

12. ANALISIS PCI

Para generar un diagnóstico y conocer el estado actual de la empresa Torno & Talla, mediante la definición de factores que inciden positiva o negativamente sobre ella, se realizó un diagnóstico estratégico, basado en el perfil de capacidad institucional (PCI), ver anexo 19 ,el cual permitió evaluar las fortalezas y debilidades de la empresa en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio exterior, es una manera de hacer el diagnóstico estratégico de una empresa involucrando en él todos los factores que afectan su operación corporativa.

Cómo realizar el PCI:

- a) Preparación de la información preliminar
- b) Identificación de fortalezas y debilidades
- c) Priorización de los factores
- d) Calificación de los factores
- e) Calificación del impacto
- f) Análisis del diagnóstico

El perfil de la capacidad interna que se va a evaluar cómo se describe a continuación:

- Capacidad Directiva: Son todas aquellas fortalezas o debilidades que tienen que ver con planeación, dirección, toma de decisiones, coordinación, comunicación y control.
- Capacidad Competitiva: Todos los aspectos relacionados con el área comercial como participación en el mercado y calidad del producto, entre otros.
- Capacidad Financiera: Incluye aspectos relacionados con las fortalezas o debilidades económicas como deuda y capital.
- Capacidad Tecnológica: Se incluye lo relacionado con producción, infraestructura y servicio.
- Capacidad Talento Humano: Se refiere a las fortalezas y debilidades relacionadas con el recurso humano, como nivel académico, experiencia, estabilidad, rotación, ausentismo, remuneración, pertenencia y motivación.

Para el desarrollo de la Matriz PCI. Se calificó en un rango de Alto=3, Medio=2 y Bajo=1.

La capacidad directiva cuenta con un desempeño alto ya que tiene un talento directivo con capacidad de liderazgo, que desarrolla actividades de planeación estratégica y una estructura organizacional establecida para los cargos que rigen en la empresa. Se debe hacer énfasis en el sistema de comunicación y evaluación,

ya que es de suma importancia hacer seguimiento a las actividades realizadas por cada una de las áreas para evaluar su desempeño y generar la opción de mejora, adicional mirar la posibilidad de implementar un sistema de información propio que permita tener mas control de las actividades dentro de la empresa como contabilidad, inventarios, ventas, pagina, web entre otros.

La capacidad competitiva en la empresa cuenta con un buen desempeño ya que cuenta con el desarrollo de un producto de calidad que busca satisfacer las necesidades del cliente, adicional una calidad de servicio que permite brindar una asesoría puntual a cada uno de ellos. Aunque se debe generar nuevas ideas de publicidad y mercado, para dar un mayor reconocimiento de la empresa en el mercado y así aumentar la participación en el mercado, adicional generar una estrategia frente a la previsión de ventas ya que no se debe hacer esperar al cliente por su producto final.

La empresa tiene una buena capacidad financiera ya que cuenta con la capacidad para satisfacer la demanda del mercado, la variedad de productos maneja precios competitivos en el sector, además cuentan con un componente diferenciador el cual permite obtener con mayor facilidad el retorno de la inversión y la rentabilidad en el producto. Debido al manejo de la moneda extranjera y sus variables tasas de cambio la estabilidad de los costos es baja pues estos pueden variar, también la variación de precios de la materia prima según la época y su disponibilidad, adicional se debe generar una estrategia para lograr una mayor rotación de cartera.

La empresa cuenta con una capacidad tecnológica en innovación, el valor agregado del producto, investigación y desarrollo a fin de ofrecer un producto artesanal único que cuente con características diferenciadoras atractivas para el cliente; adicional la infraestructura de la empresa está en óptimas condiciones para el buen desarrollo laboral, efectividad de la producción y la calidad de mano de obra. Se desarrolló un programa logístico de entregas que permite brindar al cliente su producto en óptimas condiciones y el menor tiempo posible. El nivel tecnológico utilizado en los productos es bajo ya que las artesanías no lo requieren, además su principal plus es que estas son desarrolladas en su mayoría manualmente. La maquinaria para transporte se evaluó con un carácter bajo ya que no se tiene un automóvil propio, pero para el desplazamiento del producto se alquila el transporte cuando se requiera por el tiempo necesario. Los equipos de comunicación necesarios son pocos no se requiere una red de telecomunicación para gestionar las actividades de la empresa. En cuanto al ítem de Información sistematizada actualmente se lleva la información por la generación de macros en Excel y no se cuenta con un sistema de información propio parametrizado para la empresa.

La capacidad del talento humano vela por el bienestar el bienestar laboral del empleado motivo por el cual brinda Prestaciones Sociales, Ambiente Laboral, Programa De Salud Ocupacional y Responsabilidad Ambiental para contribuir con

Deyssy Arias

el cuidado del medio ambiente. El arte de Torno & Talla en el sector se ha perdido de generación en generación el conocimiento ya no es transmitido de padres a hijos motivo por el cual la mano de obra calificada en el sector es escasa, pero la empresa cuenta con personal que domina el arte y aunque parece un factor desfavorable puede contribuir como valor agregado en la importancia de ser un arte poco común y escasa.

Finalmente se determina que en la empresa la operación corporativa para iniciar la puesta en marcha cuenta con las fortalezas necesarias para el desarrollo a cabalidad de la misma, las debilidades encontradas no son de gran impacto para realizar satisfactoriamente sus actividades y se dará una solución para la mejora en la empresa con el paso del tiempo, el cual permite un mayor crecimiento corporativo.

13. FORMULACION DEL PROYECTO CON LA ESTRUCTURA FONDO EMPRENDER

Se comparó la estructura para el desarrollo del proyecto bajo el cumplimiento de los objetos y la estructura de proyecto de fondo emprender, Ver Anexo 18. Después de hacer dicha verificación se encontró que cumple con los mismos requisitos ya evaluados en el presente proyecto y mediante la firma del proyecto da su aval al cumplimiento de dicha estructura.

14. PROTOTIPO DE UN PRODUCTO

- **Documento Referencial**

Se hará la descripción del producto de acuerdo a las indicaciones que se manejan por la norma Hecho A Mano a través de los documentos referenciales.

El diseño del prototipo consta de un ajedrez en 3D. El producto consta de dos partes, el tablero que tiene unas medidas aproximadas de Largo: 40CM x Ancho: 40 CM x Alto: 17 CM y 32 fichas donde las más altas (Torre, Alfil, Rey, Reina) cuenta medidas de Largo: 4CM x Ancho: 4CM x Alto: 13CM y las fichas más pequeñas (Peón, caballo) miden Largo: 4CM x Ancho: 4CM x Alto: 7CM.

Este producto representa el hecho histórico de la independencia de Colombia el 7 de Agosto de 1819, la batalla de Boyacá. El tablero tiene la forma del puente que se observa en su exterior y en su interior se elevan escalones que hacen parte del tablero de juego elaborado en dos tonos de madera claro y oscuro. Las fichas representan dos bandos uno de los indígenas que libraron la batalla y el otro de los españoles, estas son piezas cubicas completas de madera elaboradas en su base por torno y su estructura tallada a mano de muñeca que le da forma al rostro de la ficha. Los peones tienen forma de indios y soldados españoles, Los alfiles tienen forma de indio líder y coronel español, los caballos para el bando español y llamas para el bando liberador, las torres son torres españolas y chazas indígenas, el rey y la reina son los jefes indígenas y los reyes de España.

Todo producto artesanal realizado bajo los lineamientos de la norma Hecho A Mano lleva una etiqueta como se muestra en el capítulo 5, ver Anexo 20.

La pieza cuenta con el trabajo de dos operarios de mano de obra los cuales realizan actividades diferentes para darle forma a la pieza previamente elaborada gráficamente por el diseñador. En el Anexo 16 se muestra el proceso de Torno & Talla que lleva la pieza de decoración.

15. CONCLUSIONES

El sector de las artesanías en Colombia está en aumento, ha requerido asumir el reto de desarrollar condiciones de competitividad necesarias para poder mantener o ampliar su participación con una oferta fuerte y creciente para exportar su producto hacia otros mercados más competitivos que paguen el valor que este amerita. Se cuenta con entidades dedicadas al apoyo y fortalecimiento del sector artesanal mediante el aumento de la competitividad de los artesanos colombianos, a través de la promoción, la creación de redes empresariales, la sociedad entre artesanos, el desarrollo de nuevas tecnologías, la innovación, el desarrollo de productos y la comercialización a nivel internacional de los mismos.

El objetivo de este plan de negocios es generar información cuantitativa y cualitativa para crear una empresa dedicada a la producción y exportación de artesanías de madera elaboradas en Torno & Talla, y de esta forma aprovechar las oportunidades de negocio que ofrece el sector, ya que cuenta con beneficios provenientes del apoyo por entidades gubernamentales dedicadas al mejoramiento y generación de oportunidades para el sector de las artesanías.

Inicialmente se practicó un estudio de mercado, donde se evaluó la aceptación del cliente por el producto y así mismo se determinó el perfil del cliente, sus preferencias, su frecuencia de compra y gustos donde se identificaron las características principales con las que contara el producto como color, tamaño y acabo, además se ratificó las temporadas con mayor auge de compras en el país de Alemania, también se notó que el producto tiene la misma aceptación en jóvenes, adultos y adultos mayores, quienes comprarían el producto siendo o no cabeza de hogar. Adicionalmente mediante un estudio se eligió el mercado objetivo en este caso el país de Alemania.

De acuerdo a los resultados del estudio técnico se determinó la forma operativa de la empresa Torno & Talla, para la elaboración de piezas de madera que cumplan con los lineamientos de la norma de calidad Hecho a Mano, a fin de brindar un producto con características diferenciadoras que capture aún más la atención del cliente. Para la producción de estas piezas se cuenta con una capacidad instalada de 76431 piezas/año y una capacidad de utilización del taller del 39%.

En relación a los impactos ambientales que pueda producir la empresa, mediante el estudio realizado con ayuda de la matriz Leopold muestra impactos mínimos sobre el medio ambiente que pueden ser reducidos con la mejora de las prácticas de los empleados, motivo por el cual se creó un manual de buenas prácticas ambientales. Aunque el principal recurso en materia prima para la realización del producto es la madera la empresa colabora con el medio ambiente comprando solo madera certificada de tala controlada.

Deyssy Arias

La empresa Torno & Talla es un proyecto financieramente rentable, ya que el escenario de operación más probable refleja una Tasa Interna De Retorno (TIR) de 235,54%, superior a la tasa de oportunidad esperada del 14,52, y un VPN positivo de \$ 679.704.883 , donde la recuperación de la inversión hecha en el proyecto se daría en el primer de año.

Este plan de negocios cumple con su objetivo principal, el cual es suministrar la información macro económica, ambiental, social y financiera para la toma de decisiones acertadas en la creación de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

DELEGACION DE LA UNION EUROPEA, Acuerdo de asociación [En Línea] <http://eeas.europa.eu/delegations/nicaragua/eu_nicaragua/trade_relation/perspectivas_del_acuerdo/index_es.htm> [Citado El 31 De Marzo 2015]

SECTOR EXPORTADOR DE ARTESANIAS, Comisión de artesanos [En Línea] <<http://export.com.gt/sectores/sector-exportador-de-artesantias/>> [Citado El 3 De Marzo 2015]

COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA Y EL CARIBE [En Línea] <http://www.cepal.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf> [Citado El 8 De Marzo De 2015]

MERCADO UNION EUROPEA, Ficha de producto [En Línea] <<http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/fichas/el-salvador/sv-artesantias.pdf>> [Citado El 6 De Mayo 2015]

GOBIERNO EN LINEA, Permiso no CITES producto [En Línea] <<https://www.gobiernoenlinea.gov.co/web/guest/home/-/government-services/T605/maximized>> [Citado El 13 De Marzo 2015]

ARTESANIAS PARA DECORACION, Apoyo pymes [En Línea] <<http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/fichas/guatemala/gt-artesantias-textiles.pdf>> [Citado El 3 De Mayo 2015]

SOYENTREPRENEUR, Artesanías en Europa [En Línea] <<http://www.soyentrepreneur.com/artesantias-en-europa.html>> [Citado El 13 De Marzo De 2015]

EL TIEMPO, Artesanías buscan ventajas arancelarias para exportar [En Línea] <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3336630>> [Citado El 13 De Marzo 2015]

NUEVO DIARIO, Artesanos con la vista en el ADA [En Línea] <<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/300192-artesanos-vista-ada>> [Citado El 13 De Marzo 2015]

ARTESANIAS DE COLOMBA, Fortalecimiento de la competitividad y desarrollo de la actividad artesanal Bogotá. [En Línea] <http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/fortalecimiento-de-la-competitividad-y-desarrollo-de-la-actividad-artesanal-bogota_5449> [Citado El 23 De Enero 2015]

Deyssy Arias

ARTESANIAS DE COLOMBA, Manejo sostenible de los recursos naturales y otras materias primas artesanales. [En Línea] <http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/manejo-sostenible-de-los-recursos-naturales-y-otras-materias-primas-artesanales_4081> [Citado El 22 De Marzo 2015]

LEGISCOMEX, Inconterms [En Línea] <<http://www.legiscomex.com/Comunicacion/r/rep-comercio-internacional-ene19-2011/rep-comercio-internacional-ene19-2011.asp?paingreso=col>> [Citado El 25 De Marzo 2015]

SATELLITE CITY, Pen turner's [En Línea] <http://www.caglu.com/How-to-finish-pens-with-Super-T-CA-glue-and-NCF-Quick-from-Satellite-City-Instant-Glues_ep_46.html> [Citado El 13 De Mayo De 2015]

WOOD TURNING, A craftsman's guide [En Línea] <http://www.willyvanhoutte.be/en/catalog/show_cat/763> [Citado El 13 De Marzo 2015]

HECHO A MANO, Sello de calidad para la artesanía Colombiana [En Línea] <<http://habitat.aq.upm.es/dubai/08/bp1988.html>> [Citado el 3 de Mayo 2015]

ARTESANIAS DE COLOMBIA, Diez objetos en torno a la identidad Colombiana [En Línea] <http://www.artesaniasdecolombia.com.co:8080/PortalAC/Noticia/diez-objetos-en-torno-a-la-identidad-colombiana_5671> [Citado El 18 De Junio 2015]

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA, Apoyo al producto artesanal [En Línea] <http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CE RTIFICACI%D3N DEL PRODUCTO ARTESANAL.pdf> [Citado El 1 De Enero 2015]

ICONTEC, Sello hecho a mano [En Línea] <<http://www.icontec.org/index.php/pe/inicio/certificacion-producto/tipo-de-certificacion-de-producto/51-colombia/certificacion-producto/304-sello-hecho-a-mano>> [Citado El 8 De Marzo 2015]

FUNDACION HABITAT COLOMBIA [En Línea] <<http://www.fundacionhabitatcolombia.org/paneles/P10.pdf>> [Citado El 13 De Abril 2015]

ARTESANIAS DE COLOMBIA, Sello de calidad [En Línea] <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/sello-de-calidad-hecho-a-mano_1487> [Citado El 15 De Marzo 2015]

Deyssy Arias

CITES [En Línea] < <https://www.cites.org/esp/app/appendices.php> > [Citado El 3 De Junio 2015]

PLAZA CAPITAL [En Línea] <http://portal.urosario.edu.co/pla_2004_2008/articulo.php?articulo=206> [Citado El 1 De Julio 2015]

AGEXPORT, Hecho a mano la tendencia que esta imponiendo el consumidor de artesanías [En Línea] <<http://agexporthoy.export.com.gt/2014/09/hecho-a-mano-la-tendencia-que-esta-imponiendo-el-consumidor-en-artesantias/>> [Citado El 4 De Enero 2015]

ICA, Guía de movilización [En Línea] <<http://www.ica.gov.co/Noticias/Pecuaria/2013/El-ICA-advierte-sobre-robo-de-Guia-de-Movilizacion.aspx>> [Citado El 20 De Marzo De 2015]

CAR, Corporación autónoma regional [En Línea] <<https://www.car.gov.co/tools/marco.php?idcategoria=21727>> [Citado El 20 De Marzo De 2015]

ANEXOS**ANEXO A. Estudio De mercados**

- Exportaciones totales de artesanías por sector y subsector a Europa

Año	2012	2013	2014	2015	Total
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	
Cerámica	1675092,37	2628031,75	3981133,63	870418,62	9154676,37
Cestería	28322,09	83615,78	187270,10	40579,58	339787,55
Demás manufacturas u objetos de adorno	1374,13	3215,00	309911,13	425,00	314925,26
Estatuillas	178990,74	232237,45	133107,85	34507,28	578843,32
Flores artificiales	3258774,35	3503906,86	4578670,36	762234,95	12103586,52
Manufactura de vidrio	14368,94	1090,25	4500,00		19959,19
Metal		10,00			10,00
Productos, animales, vegetales y minerales	2624416,19	4170258,03	1025992,75	49010,21	7869677,18
Tapicería	2140,56			1278,14	3418,70
Trenzas y artículos similares	3571,18	6075,91	28014,37	25388,71	63050,17
Total Artesanías Exportadas	7787050,55	10628441,03	10248600,19	1783842,49	30447934,26

Fuente: Procolombia

Total de exportaciones por sector y subsector a los países de Europa

Año	2012	2013	2014	2015 (ENERO- MAYO)	Total
País	FOB(US\$)	FOB(US\$)	FOB(US\$)	FOB(US\$)	
Total Cerámica	1675092,37	2628031,75	3981133,63	870418,62	9154676,37
Alemania	64710,36	69307,64	112867,78	51518,33	298404,11
Austria		4258,79			4258,79
Bélgica	5566,38	6681,58	13002,56	5001,39	30251,91
Bulgaria		2762,64			2762,64
España	1229715,71	1570009,38	1763540,23	551198,61	5114463,93
Francia	22452,05	44642,69	87210,64	58768,56	213073,94
Grecia	97715,49	67987,62	59315,25		225018,36
Hungría		30049,20			30049,20
Italia	79756,61	335993,70	31337,97		447088,28
Letonia	12760,85	4511,03			17271,88
Lituania		57032,40	41901,80		98934,20
Malta	0,65		217,43		218,08
Bajos Países	719,04	43562,39	1302330,73	116176,94	1462789,10
Polonia	53237,41	74252,83	131662,98		259153,22
Portugal	6984,52		9534,00		16518,52
Reino Unido	79703,26	298867,70	421139,88	84930,39	884641,23
Rusia	9651,65	688,60	3043,17		13383,42
Suecia	3078,78	14575,61	2313,70	820,16	20788,25
Suiza	9039,61	2847,95	1715,51	2004,24	15607,31
Total Cestería	28322,09	83615,78	187270,10	40579,58	339787,55
Alemania		750,00	1525,45		2275,45
Bélgica	3251,80		2252,41		5504,21
España	11562,54	42226,64	47058,33	11769,02	112616,53

Francia	8680,88	27358,87	25619,88		61659,63
Grecia			205,40		205,40
Italia	4536,00		608,09		5144,09
Noruega			598,92		598,92
Países Bajos			38,50		38,50
Reino Unido		5022,94	4772,76		9795,70
Rusia			297,24		297,24
Suecia	1,00		653,91		654,91
Suiza	289,87	8257,33	103639,21	28810,56	140996,97
Total Demás manufacturas u objetos de adorno	1374,13	3215,00	309911,13	425,00	314925,26
Austria		3215,00			3215,00
Bélgica	536,43				536,43
España			5,30		5,30
Italia	621,00				621,00
Países Bajos				425,00	425,00
Reino Unido	216,70				216,70
Suiza			309905,83		309905,83
Total Estatuillas	178990,74	232237,45	133107,85	34507,28	578843,32
Alemania	43144,62	157154,40	78324,45		278623,47
Austria	134,40	2980,13	1332,50	18676,87	23123,90
Bélgica	180,65				180,65
España	3899,00		874,26		4773,26
Francia	59810,50	10111,09	2075,68		71997,27
Grecia	2022,60				2022,60
Italia	60090,45	40020,48	47620,17	15590,41	163321,51
Países Bajos		7514,67			7514,67
Portugal				240,00	240,00

Reino Unido	583,40	10950,18			11533,58
Rumania	122,70	175,65	572,75		871,10
Rusia	7145,84	1165,71	2308,04		10619,59
Suiza	1856,58	2165,14			4021,72
Total Flores artificiales	3258774,35	3503906,86	4578670,36	762234,95	12103586,52
Alemania	17659,36	28731,49	750334,85	64218,81	860944,51
Bélgica		6317,16	10345,04		16662,20
Belarús			12,94		12,94
España	1375870,03	2203700,99	2296049,31	464267,06	6339887,39
Eslovaquia	14,98		6219,54		6234,52
Finlandia		41445,17			41445,17
Francia	1520472,32	766352,40	943134,47	170310,39	3400269,58
Italia	8499,10				8499,10
Países Bajos	20239,74	217510,19	422101,39	57204,78	717056,10
Reino Unido	4262,34	21768,14	7712,00		33742,48
Rusia	103181,74	67343,43	17808,12		188333,29
Suiza	208574,74	150737,89	124952,70	6233,91	490499,24
Total Manufactura de vidrio	14368,94	1090,25	4500,00		19959,19
Alemania			4500,00		4500,00
España	2818,00				2818,00
Francia		100,00			100,00
Países Bajos	2442,37				2442,37
Reino Unido		990,25			990,25
República Checa	9108,57				9108,57
Total Metal		10,00			10,00
Reino Unido		10,00			10,00
Total Productos,	2624416,19	4170258,03	1025992,75	49010,21	7869677,18

animales, vegetales y minerales					
Alemania	2167345,3 5	3901604,90	738370,33	13500,00	6820820, 58
Austria	2599,85	36374,56	2,16		38976,57
España	3238,02	50,09	6272,30	29,04	9589,45
Francia	25162,61	13582,76	31612,46		70357,83
Italia	394715,02	185279,72	247240,61	35481,17	862716,5 2
Noruega	24000,00				24000,00
Países Bajos			494,89		494,89
Polonia	2825,65	33366,00	2000,00		38191,65
Suecia	1,00				1,00
Suiza	4528,69				4528,69
Total Tapicería	2140,56			1278,14	3418,70
España				118,14	118,14
Reino Unido				1160,00	1160,00
Rusia	2140,56				2140,56
Total Trenzas y artículos similares	3571,18	6075,91	28014,37	25388,71	63050,17
Bélgica	3570,18	5459,52	21323,01	6860,54	37213,25
Francia			6691,36	16863,17	23554,53
Reino Unido				1665,00	1665,00
Suecia	1,00				1,00
Suiza		616,39			616,39
Total Exportación De Artesanías	7787050,5 5	10628441,0 3	10248600,1 9	1783842,4 9	30447934 ,26

Fuente: Procolombia

- Principales Países Exportadores Mundiales De Productos Del Sector Artesanías En Madera.

Exportadores	Indicadores comerciales				
	Valor exportada en 2014 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2013-2014 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)
Mundo	5713093	5	1	7	100
China	2218667	10	4	18	38,8
Polonia	470308	1	0	9	8,2
Alemania	369469	-4	-7	-8	6,5
Canadá	338195	3	3	-2	5,9
Estados Unidos de América	227066	-2	-2	2	4
India	177946	34	24	5	3,1
Italia	162957	5	-2	8	2,9
Rumania	137128	8	3	6	2,4
Países Bajos (Holanda)	130436	14	31	2	2,3
Viet Nam	125556	16	21	12	2,2
México	117431	6	-2	-4	2,1
Francia	69667	-1	5	-4	1,2
República Checa	67144	9	6	6	1,2
Suecia	66323	-2	-7	-3	1,2

Fuente: Trademap

- Países Importadores De Manufacturas en Madera En Europa Para El 2014

Importadores	Indicadores comerciales				
	Valor importada en 2014 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2013-2014 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
Mundo	6496076	5	10	6	100
Europa	2973662				45,8
Alemania	822858	0	2	1	12,7
Francia	364215	-4	-1	-2	5,6
Reino Unido	352082	1	1	23	5,4
Italia	195760	-2	0	-2	3
Austria	149204	2	-5	4	2,3
Países Bajos	146791	-5	20	1	2,3
Bélgica	129151	-2		8	2
Suiza	102111	-1	-3	-8	1,6
España	100817	-4	-2	7	1,6
Dinamarca	81654	1	0	1	1,3
Federación de Rusia	80466	13	19	-10	1,2
Suecia	64844	-2	1	-7	1
Noruega	63466	3	-1	1	1
Polonia	52815	4	16	5	0,8
República Checa	37961	9	7	28	0,6
Portugal	23667	-7	-7	-3	0,4
Eslovenia	22780	3	1	13	0,4
Finlandia	20381	-2	-8	-12	0,3
Luxemburgo	16767	13	32	6	0,3
Eslovaquia	16433	-2	12	13	0,3
Hungría	16326	-6	-4	-9	0,3
Grecia	15791	-5	-2	6	0,2
Rumania	13847	-9	-2	-11	0,2
Ucrania	13373	5	-9	-8	0,2
Irlanda	12292	-6	-8	-1	0,2
Croacia	10352	5	115	20	0,2
Lituania	7889	2	-2	4	0,1
Belarús	6196	12	4	48	0,1
Estonia	4666	7	25	-23	0,1

Importadores	Indicadores comerciales				
	Valor importada en 2014 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2010-2014 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2013-2014 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
Bulgaria	3928	-8	-5	-12	0,1
Bosnia y Herzegovina	3905	-9	-13	-20	0,1
Letonia	3743	8	20	-7	0,1
Macedonia, Ex República Yugoslava de	3276	31	53	60	0,1
Serbia	2994	-2	-14	0	0
Chipre	2729	-16	-13	-12	0
Islandia	1979	6	3	15	0
Montenegro	1459	-5	-7	1	0
Malta	1179	-7	-18	-6	0
Albania	487	-18	-20	-26	0

Fuente: Trademap

- Principales Países Europeos Importadores De Artesanías En Madera Exportadas Por Colombia En El 2014.

Importadores	Indicadores comerciales		
	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2010-2014 (% p.a.)
Mundo		100	5
Italia	7	3	-2
España	13	1,6	-4
Austria	9	2,3	2
Bélgica	11	2	-2
República Checa	22	0,6	9
Dinamarca	15	1,3	1
Francia	5	5,6	-4
Alemania	2	12,7	0
Luxemburgo	37	0,3	13
Países Bajos	10	2,3	-5

Importadores	Indicadores comerciales		
	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2010-2014 (% p.a.)
Eslovenia	31	0,4	3
Suiza	12	1,6	-1
Turquía	29	0,5	9
Reino Unido	6	5,4	1

Fuente: Trademap

- Exportación de artesanías de manufacturas u objetos de adorno hacia Europa.

Año	2012	2013	2014	2015	Total
EUROPA	7787050,55	10628441,03	10248600,19	1783842,49	30447934,26
Austria	2734,25	46828,48	1334,66	18676,87	69574,26
BOGOTA		3215,00			3215,00
Bélgica	13105,44	18458,26	46923,02	11861,93	90348,65
Demás manufacturas u objetos de adorno	536,43				536,43
BOGOTA	536,43				536,43
España	2627103,30	3815987,10	4113799,73	1027381,87	11584272,00
Demás manufacturas u objetos de adorno			5,30		5,30
ANTIOQUIA			5,30		5,30
Italia	548218,18	561293,90	326806,84	51071,58	1487390,50
Demás manufacturas u objetos de adorno	621,00				621,00
BOGOTA	621,00				621,00
Estatuillas	60090,45	40020,48	47620,17	15590,41	163321,51
Países Bajos	23401,15	268587,25	1724965,51	173806,72	2190760,63
Demás manufacturas u objetos de adorno				425,00	425,00
CUNDINAMAR CA				425,00	425,00
Reino Unido	84765,70	337609,21	433624,64	87755,39	943754,94

Año	2012	2013	2014	2015	Total
Demás manufacturas u objetos de adorno	216,70				216,70
BOGOTA	216,70				216,70
Suiza	224289,49	164624,70	540213,25	37048,71	966176,15
Demás manufacturas u objetos de adorno			309905,83		309905,83
CALDAS			309905,83		309905,83
Total	7787050,55	10628441,03	10248600,19	1783842,49	30447934,26

Fuente: PROEXPORT

- Principales exportaciones y destino de estatuillas y demás objetos de adorno, de madera.


NOMBRE EXPORTADOR	IMPORTADOR	PAIS DESTINO	AÑO
SAPIA C I SAS	ALTRA QUALITA	ITALIA.	2014
CUEMO CI S.A.S.	CMA & COLOESPA SL	ESPAÑA	
DISTRIBUCIONES ARTISTICAS S.A.S.	ANDREA FRANCO	ITALIA.	
ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A.	MAISON & OBJET	FRANCIA.	
ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A.	LONDON	REINO UNIDO.	2013
PARAISO COLOMBIANO SAS	STUTTGART	ALEMANIA.	
C.I. COLOMBEX RACHELL S.A.S.	MARTINICA ANTILLA FR	FRANCIA.	
ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A.	LONDRES	REINO UNIDO.	
C.I. ARTE Y DISEÑO COLOMBIANO LTDA	ArteCo	RUSIA.	2012
ARTEUTIL DISEÑOS S.A.S	ARAGO DIAZ JULIANA	ESPAÑA	
A M TRADING S.A.S.	CAROLINA ORTIZ	FRANCIA.	
ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A.	ALM SITOR SENGHOR	FRANCIA.	
A.R. EXPORTING QUALITY E.U.	SURPRISE	REPUBLICA DOMINICANA.	
A.R. EXPORTING QUALITY E.U.	SILVER COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL	REPUBLICA DOMINICANA.	
DE LA PAVA BUITRAGO ALEJANDRO	JAIME ANDRES RODRIGUEZ MAYOR	REINO UNIDO.	


Deyssy Arias

NOMBRE EXPORTADOR	IMPORTADOR	PAIS DESTINO	AÑO
TENORIO CEBALLOS FERNANDO	T & B TUCANO DI MARCO BELLAMOLI	ITALIA.	


Fuente: Procolombia


ANEXO B. Cuantificación de variables de los posibles países destino para la exportación de artesanías en madera de Torno & Talla.


	ALEMANIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
UBICACIÓN	La república federal Alemana limita con nueve países Dinamarca al Norte, Los Países Bajos, Belgica, Luxemburgo y Francia en el Oeste, Suiza y Austria en el Sur y Republica Checa y Polonia al Este.	9	6	1,2
SUPERFICIE DEL TERRITORIO	357,021 km ² .	5	5	0,6
INFRAESTRUCTURA	Alemania posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía, siendo esta la segunda más grande a nivel mundial, después de EE.UU. Está compuesta por una red de carreteras de 644,480 Km y tiene más de 48,215 Km de ferrocarril. Posee uno de los índices más altos en producción de energía renovable, es decir, a través de su infraestructura instalada en parques y estaciones eólicas, general el 14% de la electricidad consumida en todo el país.	9	8	1,6
PRINCIPALES CIUDADES	Berlin (capital), Hamburgo, Munich, Cologne, Frankfurt y Stuttgart.	6	6	0,8


	ALEMANIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
CALIFICACION DE LOGISTICS PERFORMANCE INDEX (LPI)	Publicado por el Banco Mundial en el 2014, Alemania ocupa el primer puesto en el mundo en cuanto al desempeño logístico, ascendiendo 3 puestos con respecto al reporte anterior que fue publicado en el 2012. Por otro lado, el índice aumento a 4,12 (siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor) durante el mismo periodo evaluado ⁸⁸ .	10	7	1,6

⁸⁸ COLOMBIA TRADE, Perfil logístico de Exportación [En Línea] <
http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_alemania_0.pdf > [Citado 26 De Abril 2015]


	ALEMANIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
ACCESO MARITIMO	<p>Más de 60 puertos y subpuertos auxiliares, abiertos para el manejo de carga. Hacia los puertos de Alemania, desde Costa Atlántica colombiana operan cuatro (4) navieras con servicios directos y tiempos de tránsito desde los 12 días, hacia Hamburgo principalmente. La oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Panamá y Países Bajos, por parte de cuatro (4) navieras, con tiempos de tránsito desde los 14 días, hacia los puertos de Bremen y Bremerhaven. Adicionalmente desde Buenaventura hacia los puertos de Alemania, existe un (1) único servicio que ofrece rutas directas con tiempos de tránsito de 19 días, y cuatro (4) navieras que ofrecen servicio con conexiones en Panamá y Perú, con tiempos de tránsito desde los 21 días. Desde Colombia la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los siguientes puertos: Bremen-Bremerhaven y Hamburgo.</p>	<p>8</p>	<p>10</p>	<p>1,8</p>


	ALEMANIA		CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
ACCESO AEREO	Alemania cuenta con 541 aeropuertos a lo largo de su territorio. Aproximadamente 18 aeropuertos tienen facilidades aduaneras, además de estar dotados con infraestructura para el manejo y almacenamiento de carga, incluido almacenamiento en frío y protección de valores. De igual forma, las conexiones que realizan vía aérea permiten el traslado eficiente de todo tipo de carga a los diferentes destinos europeos y asiáticos. La mayoría de la carga aérea ingresa por Frankfurt y de ahí es transportada por carretera a los centros de distribución regionales. Desde Colombia la oferta de servicios se dirige principalmente a los aeropuertos de: Berlin, Bremen, CologneBonn, Dusseldorf, Frankfurt , Hamburgo, Hannover, Munich, Nuremberg y Stuttgart.		9	10	2,0
TOTAL			56	52	9,7


	AUSTRIA		CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
UBICACIÓN	Limita con la República Checa y Alemania al norte, Eslovaquia y Hungría al este, Eslovenia e Italia al sur, y Suiza y Liechtenstein al oeste. Austria no tiene salida al mar.		5	6	0,6
SUPERFICIE DEL TERRITORIO	83.871 km2		3	5	0,3
INFRAESTRUCTURA	La red de carreteras nacionales de Austria tiene una extensión total de 106.360 kilómetros, de los que las autopistas y autovías ocupan un poco más de 1.900 kilómetros (el 1,8%). Conecta con República Checa y con Eslovaquia.		6	8	0,9

	AUSTRIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
	Adicionalmente, su red ferroviaria tiene una extensión de 6.200 kilómetros. El actual Plan de Transporte prevé la ampliación del trayecto Viena-Linz-Wels, la de las líneas del valle del río Inn -proyecto que incluye la construcción del túnel del Brennero bajo los Alpes tiroleses que absorberá gran parte del transporte comercial en tránsito y la realización de un nuevo trayecto ferroviario entre Graz y Klagenfurt.			
PRINCIPALES CIUDADES	Viena (Capital),Linz ,St. Pölten ,Bregenz, Innsbruck, Salzburgo, Eisenstadt, Klagenfurt, Graz .	6	6	0,7
CALIFICACIÓN DE LOGISTIC PERFORMANCE INDEX (LPI)	Publicado por el Banco Mundial en el 2014, Austria obtuvo un puntaje de 3.65 sobre 5, ocupando el puesto 22 en el mundo en cuanto al desempeño logístico, descendiendo 11 puestos con respecto al reporte anterior que fue publicado en el 2012 ⁸⁹ .	4	7	0,5
ACCESO MARITIMO	En cuanto a infraestructura fluvial, se limita al Danubio con 350 kilómetros, Austria cuenta con 16 puertos de importancia entre los que destacan los puertos de Linz,Enns, Krems y Viena. La carga que se transporta por el Danubio son minerales, productos petrolíferos, agrarios y fertilizantes entre otros. Desde los puertos ubicados en la Costa Atlántica colombiana (Cartagena y Barranquilla), tres (3) navieras ofrecen servicios hacia Viena con	6	10	1,2


⁸⁹ COLOMBIA TRADE, Perfil logístico de Exportación [En Línea] <
http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_austria_0.pdf > [Citado 26 De Abril 2015]

	AUSTRIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
	<p>alternativas de conexión en New York (EE.UU), Bremerhaven (Alemania), Hamburgo (Alemania), Manzanillo (Panamá) y Rotterdam (Países Bajos) y tiempos de tránsito de 18 a 28 días. Actualmente desde Buenaventura, tres (3) navieras ofrecen servicios con conexiones Hamburgo (Alemania), Bremerhaven (Alemania), Callao (Perú) y Balboa (Panamá) hacia Viena, con tiempos de tránsito de 21 a 32 días. Para embarques menores a un contenedor se cuenta con 2 servicios, prestados por 2 (Dos) consolidadores o N.V.O.C.C. (Non Vessel Operator Common Carrier) de carga marítima, hacia Austria.</p>			
ACCESO AEREO	<p>Su infraestructura aérea cuenta con seis aeropuertos principales: Viena, Graz, Salzburgo, Linz, Innsbruck y Klagenfurt. En 2012 se inauguró una nueva terminal en el aeropuerto de Viena. Actualmente, ninguna aerolínea opera con servicio directo hacia este destino. No obstante, partiendo desde Colombia la carga de exportación es movilizadora en vuelos con alternativas de conexión en París, Luxemburgo, Londres, Miami y Ámsterdam. Las Seis (6) aerolíneas que cubren estas rutas desde Bogotá, Cali y Medellín ofrecen amplias posibilidades de transporte en aviones cargueros y cupos en Aviones de pasajero.</p>	6	10	1,2
TOTAL		38	52	5,3


	ESPAÑA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
UBICACIÓN	España está ubicada al Sur Occidente del continente europeo, cuenta con gran parte de la península Ibérica, con posesiones en archipiélagos y una variedad de islas que encallan en sus costas.	8	6	0,9
SUPERFICIE DEL TERRITORIO	504.782 Km2	6	5	0,6
INFRAESTRUCTURA	El país posee una infraestructura de transporte compuesta principalmente por una densa red ferroviaria que le permite mantenerse interconectado con el resto del continente europeo. Así mismo, cuenta con una extensa red vial de alrededor de 681.224Km. cuenta con una adecuada infraestructura de plataformas logísticas, en la mayoría de los puertos y aeropuertos, éstas son zonas delimitadas dentro de los mismos aeropuertos y puertos, en las que se desarrollan diferentes actividades de operadores logísticos, de transporte y de distribución de mercancías, tanto para el tránsito nacional como internacional. Así, España se convierte en un importante centro de distribución para todo el territorio europeo. El acceso físico de los productos colombianos al mercado español se caracteriza por contar con importantes posibilidades tanto aéreas como marítimas, a través de servicios directos y con trasbordo hacia los principales puertos, aeropuertos y con la posibilidad de extensión de servicios por diferentes sistemas de transporte hacia ciudades del interior del país. cuenta con una enorme red férrea que le permite ofrecer servicios de transporte de mercancías con fácil acceso al mercado europeo. El nodo de este sistema es Madrid, de allí parten la mayoría de sus rutas en conexión directa con las internacionales. Desde Barcelona existen conexiones directas con Paris, Zurich y Milán.	8	8	1,2
PRINCIPALES CIUDADES	Madrid(capital),Barcelona,Vaalencia,Sevilla,Zaragoza,Málaga,Murcia.	5	6	0,6

	ESPAÑA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
CALIFICACIÓN DE LOGISTICS PERFORMANCE INDEX (LPI)	Publicado por el Banco Mundial en el 2014, España ocupa el puesto 18 entre 160 países en el mundo en cuanto al desempeño logístico, su calificación promedio fue de 3,72 (siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor) durante el mismo periodo evaluado ⁹⁰ .	5	7	0,7
ACCESO MARITIMO	Cuenta con más de 53 puertos internacionales de los cuales se destacan principalmente para la recepción de mercancías provenientes de Colombia, Algeciras, Barcelona, Bilbao, Cádiz y Valencia. Desde la Costa Atlántica colombiana, existen 5 navieras que ofrecen servicios directos con destino a Bilbao, Barcelona, Valencia y Algeciras con origen en Cartagena, y tiempos de tránsito desde los 12 días; la oferta se complementa con rutas que tienen conexión, por parte de 6 navieras, con tiempos de tránsito desde los 17 días. De igual forma, desde Buenaventura existen servicios directos hacia Valencia y Barcelona, con tiempos de tránsito desde los 15 y 22 días respectivamente; complementándose con servicios con conexión por parte de cuatro (4) navieras hacia Alicante, Algeciras, Barcelona, Bilbao, Tenerife, Cadiz, las palmas y Valencia, por parte de 2 navieras, con tiempos de tránsito desde los 18 días.	8	10	1,5
ACCESO AEREO	España cuenta con una amplia red aérea compuesta por 152 aeropuertos, de los cuales 35 son internacionales, los que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías colombianas son: Barcelona- El Prat, Madrid-Barajas, Málaga, Sevilla, Valencia, y Zaragoza. Existen servicios aéreos directos, desde Bogotá a Madrid. Sin embargo, La oferta de servicios aéreos desde Colombia hacia España se circunscribe principalmente a vuelos con conexión en	7	10	1,3


⁹⁰ COLOMBIA TRADE, Perfil logístico de Exportación [En Línea] < http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_espana.pdf > [Citado 26 De Abril 2015]

	ESPAÑA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
	diferentes ciudades como, Miami, Paris, Londres, Luxemburgo, Caracas, Frankfurt, Ámsterdam y San Juan.			
TOTAL		47	52	6,9

	ITALIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
UBICACION	Limitada por elementos físicos, tales como el mar de Liguria y el mar Tirreno al oeste, el canal de Sicilia en el sur, el mar Jónico y mar Adriático al este, los Alpes en el norte (pero en la parte central la frontera sirve de línea de separación de aguas, Suiza se extiende por la vertiente sur con el cantón del Tesino).	7	6	0,8
SUPERFICIE DEL TERRITORIO	301.263 km ²	4	5	0,4
INFRAESTRUCTURA	Cuenta con alrededor de 2.400 km de vías fluviales navegables usadas para el tráfico comercial y una moderna infraestructura portuaria. La infraestructura vial de Italia cuenta con uno de los sistemas de transporte más desarrollados de Europa, con 487.700 Km de autopistas y una excelente red de carreteras, todas ellas pavimentadas que favorecen el transporte interno de mercancías. La red ferroviaria abarca 18.611 km, de los cuales 12.662 Km están electrificados. Posee dos líneas de tren de alta velocidad, además de 6 líneas más en proyecto entre las que se	6	8	0,9


	ITALIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
	destaca una que busca conectar a Milán con Lyon (Francia) por medio de un túnel por los Alpes.			
PRINCIPALES CIUDADES	Roma (Capital), Milán, Nápoles y Florencia.	7	6	0,8
CALIFICACIÓN DE LOGÍSTICAS PERFORMANCE INDEX (LPI)	Publicado por el Banco Mundial en el 2014, Italia ocupa el puesto 20, entre 160 países. En cuanto al desempeño logístico, su calificación promedio subió de 3.67 a 3,69 (siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor) con respecto a la calificación del estudio anterior, realizada en 2012 ⁹¹ .	4	7	0,5
ACCESO MARITIMO	Cuenta con una amplia infraestructura portuaria compuesta por alrededor de 311 puertos entre principales y auxiliares. Los puertos de Livorno, Génova, Nápoles, La Spezia y Trieste son los receptores más importantes de las exportaciones colombianas. Desde la costa atlántica colombiana, existen seis navieras que ofrecen servicios directos con destino a Génova, Livorno, Vado, Salerno y Cagliari, con tiempos de tránsito desde los 14 días. La oferta se complementa con servicios en conexión por parte de cinco navieras desde los puertos de la costa atlántica con destino a Cagliari, Civitavecchia, Génova, Gioia Tauro, La Spezia, Livorno, Milán, Nápoles, Palermo, Salerno, Trieste y Venecia con	9	10	1,7


⁹¹COLOMBIA TRADE, Perfil logístico de Exportación [En Línea] <
http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_italia.pdf > [Citado 26 De Abril 2015]

	ITALIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
	<p>tiempos de tránsito entre 17 y 33 días. De igual forma, desde Buenaventura hacia los puertos de Italia hay una naviera con servicio directo con tiempos de transito desde los 17 días; también existen seis navieras que prestan servicios con conexiones en Colombia, Panamá, España y Malta, con tiempos de tránsito desde los 23 días.</p>			
ACCESO AEREO	<p>La infraestructura aeroportuaria de Italia está compuesta por cerca de 130 aeropuertos con excelentes servicios aduaneros, facilitando la manipulación y el almacenamiento de la carga, de los que se destacan el Milano Malpensa en Milán, que sobresale por ser uno de los principales aeropuertos en movimiento de carga de Europa, y el principal eropuerto italiano, con una cuota de mercado de cerca del 50%. La oferta de servicios aéreos desde Colombia hacia Italia se centra principalmente en vuelos a Milán y Roma con diferentes conexiones en ciudades de Estados Unidos y de Europas. De igual modo, el servicio ofrecido por aerolíneas cargueras y aerolíneas con cupo de carga en aviones de pasajeros, contempla también servicios hacia Bari, Boloña, Cagliari, Florencia, Nápoles, Turín, Venecia, entre otras ciudades. A continuación se presentan las aerolíneas y sus frecuencias respectivas en los servicios prestados hacia Italia.</p>	6	10	1,2
TOTAL		43	52	6,3

	FRANCIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
UBICACIÓN	Está delimitada por el Golfo de Vizcaya y el Canal de la Mancha que la separa de la isla del Reino Unido, En medio de los países de España y Bélgica y al Sur colinda con el mar Mediterráneo entre Italia y España.	9	6	1,0
SUPERFICIE DEL TERRITORIO	Es el país más extenso de Europa Occidental, 547.030 Km ²	7	5	0,7
INFRAESTRUCTURA	La infraestructura vial de Francia cuenta con uno de los sistemas de transporte más desarrollados de Europa, con 10.950Km de autopistas y una excelente red de carreteras, que comprenden más de 951.500km de vías pavimentadas que favorecen el transporte interno de mercancías. Se caracteriza por haber desarrollado el tren de alta velocidad, que conecta a los principales centros económicos e industriales del país. La red ferroviaria abarca 29.370 km, de los cuales 14.778km están electrificados.	7	8	1,1
PRINCIPALES CIUDADES	París (Capital), Marsella, Lyon, Toulouse, Niza, Nantes, Strasbourg	7	6	0,8
CALIFICACIÓN DE LOGÍSTICAS PERFORM	Publicado por el Banco Mundial en el 2014, Francia ocupa el puesto 13, entre 150 países, en cuanto al desempeño logístico, su calificación promedio fue de 3.85 (siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor) ⁹² .	6	7	0,8

⁹² COLOMBIA TRADE, Perfil logístico de Exportación [En Línea] < http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_francia_0.pdf > [Citado 26 De Abril 2015]








	FRANCIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
ANCE INDEX (LPI)				
ACCESO MARITIMO	<p>Cuenta con servicios directos y con transbordos que cubren destinos estratégicos a lo largo de su territorio. Francia cuenta con una amplia infraestructura portuaria compuesta por alrededor de 100 puertos entre principales y auxiliares. Los puertos de Le Havre, Marsella-Fos, Dunkirk y Brest son los receptores más importantes de las exportaciones no tradicionales colombianas. Desde la Costa Atlántica colombiana, existen cuatro (4) navieras que ofrecen servicios directos con destino a Le Havre, Fos sur mer y Marsella, con tiempos de transito de 16 a 23 días aproximadamente. Adicionalmente, hacia estos destinos siete (7) navieras ofrecen servicios con conexión en puertos de Panamá, Jamaica, Países bajos, España, Alemania y Bélgica. Los tiempos de transito con servicios de conexión oscilan entre 23 y 35 días. De igual forma, desde Buenaventura cinco (5) navieras ofrecen servicios regulares con conexión en puertos de Perú, Países Bajos, España y Bélgica hacia Le Havre, Dunquerque, Fos sur mer y Marsella, con tiempos de transito de 22 a 33 días.</p>	5	10	1,0
ACCESO AEREO	<p>Existe una amplia oferta de servicios aéreos con conexiones regulares en ciudades europeas y americanas. La infraestructura aeroportuaria de Francia está compuesta por cerca de 30 aeropuertos con excelentes servicios aduaneros, facilitando la manipulación y el almacenamiento de la carga, de los que se destaca el Charles de Gaulle Airport cerca a París. La oferta de servicios aéreos desde Colombia hacia Francia es prestada</p>	3	10	0,6


	FRANCIA	CALIFICACION	IMPOTANCIA	TOTAL
	por 16 aerolíneas dentro de las cuales se encuentran cargueras y de pasajeros con cupos de carga, que parten desde las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, y Barranquilla hacia ciudades Francesas como Paris, Bordeaux, Lyon, Marsella, Niza, y otros seis (6) destinos más, con conexiones en Estados Unidos, España, Reino Unido, Alemania, Países Bajos y Luxemburgo. En su gran mayoría con servicios regulares de lunes a sábado.			
TOTAL		44	52	5,9

ANEXO C. Encuestas y Resultados.

- Encuesta en español.








ENCUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMRPESA EXPORTADORA DE ARTESANIAS EN MADERA		
Email:	Edad:	
Cabeza De Hogar: SI___ NO___	Sexo: M___F___	
Nivel De Educación: Bachiller ___ Técnico___ Profesional___ Posgrado___		
1. ¿Compra artesanías en madera para la decoración de su hogar? (si su respuesta es no pasea la P.6)	SI___ NO___	
2. ¿Hace compras con regularidad o sólo en ocasiones especiales? (Si es con regularidad pase a la P.4 si es en ocasiones especiales seleccione cuales).	Semana santa	
	Inicio de otoño	
	Navidad	
	Cumpleaños	
	San Valentín	
	Día del padre	
	Día de la madre	
3. ¿Cuantos productos compra ocasionalmente de artesanía de madera para la decoración del hogar?	Una artesanía	
	Dos artesanías	
	Tres artesanías	
	Otras? Cuantas?	
4. ¿ Con que frecuencia mensual compra artesanías en madera para la decoración de su hogar?	1 vez al mes	
	1 vez cada tres meses	
	1 vez cada seis meses	
	Otra? Cual?	
5. ¿Cuantos productos de artesanía de madera para la decoración del hogar compra mensualmente?	Una artesanía	
	Dos artesanías	
	Tres artesanías	
	Otras? Cuantas?	
6. ¿Conoce las artesanías en madera Colombianas? (si su respuesta es no pase a la P7)	SI___ NO___	
7. ¿Cómo es la calidad de las artesanías en madera Colombianas?	Excelente	
	Buena	
	Regular	
	Mala	
	Diseño	
	Variedad	

8. Califique, siendo 1 lo que mas le interesa y 7 lo que menos le interesa de las siguientes características en los productos:	Materiales	
	Exclusividad	
	Origen	
	Calidad	
	Precio	
	Otro	
9. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los productos que se muestran en las imágenes para la decoración de su hogar? (Marque con una X los productos que comprarías.)	Me encantan pero no los compraría	
	Me encantan y los compraría	
	No es mi estilo	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> </div>		
10. ¿Conoce productos iguales o similares en el mercado?	SI___ NO___	
11. ¿Dónde prefiere comprar este tipo de productos?	Almacén	
	Encargo	
	Catalogo	
	Internet	
	Otro-Cual?	
12. ¿Qué lugares frecuenta usted cuando va de compras?	Centros Comerciales	
	Ferias	
	Internet	

	Almacenes específicos	
	Otro-Cuál?	
13. ¿Con que fin compraría este tipo de productos?	Decoración de mi Hogar	
	Obsequio	
	Recuerdo	
	Colección	
	Otro-Cual?	
14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos productos?	Menor a 100 Euros	
	400 a 500 Euros	
	600 a 800 Euros	
	Mayor a 900 Euros	
15. ¿Conoce el sello de calidad HECHO A MANO de artesanías de Colombia?	SI___ NO___	
		

- Encuesta en inglés.

SURVEY FOR THE CREATION OF AN EXPORT Empresa CRAFTS IN WOOD		
Email:		Age:
Head Home: YES ___ NO ___		Sex: M ___ F ___
School Level: Graduate ___ Technical Education ___ University degree ___ Postgraduate ___		
1. Do you buy wood crafts for decorating your home?		YES ___ NO ___
2. ¿Do you make purchases regularly or only on special occasions? (If you regularly go to p.4 if on special occasions choose which).	Easter	
	Early autumn	
	christmas	
	birthday	
	Saint Valentine	
	Father's Day	
3. ¿ How many products purchase of wood crafts for home decor?	Mother's Day	
	1 Craft	
	2 Craft	
	3 Craft	
4. How often monthly purchase wood crafts for decorating your home?	More? How Many?	
	1 time per month	
	1 time every three months	
	1 time every Six Months	
5. ¿How many products of wood crafts for home decor purchase monthly?	Another? Which?	
	1 Craft	
	2 Craft	
	3 Craft	
6. Do you know Colombian handicrafts in wood? (If your answer is not moved to the p7)	More? How Many?	
	YES ___ NO ___	
	Excellent	
	Good	
7. ¿How is the quality of Colombian handicrafts in wood?	Regular	
	Poor	
	Design	
8. Grade 1 being what most interested and 7 the least interested in the following products:	Variety	

	Materials	
	Exclusiveness	
	Source	
	Quality	
	Price	
	Another?	
9. Would you be willing to acquire the products displayed on the images to decorate your home? (Mark with an X the products you buy.)	I love but do not buy	
	I love and buy	
	Not my style	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> </div>		
10. ¿Do you know the same or similar products on the market?	YES ___ NO ___	
11. ¿Where do you prefer to buy these products?	Warehouse	
	Under Contract	
	Catalog	
	Internet	
	Another?	
12. ¿What places haunts you when you go shopping?	Shopping Centers	
	Fairs	

	Internet	
	Specific Stores	
	Another?	
13. ¿For what purpose would buy these products?	Home Decoration	
	Gift	
	In memory	
	Collection	
	Another?	
14. ¿What price you would be willing to pay for these products?	Less than 100 Euros	
	400 a 500 Euros	
	600 a 800 Euros	
	Greater than 900 Euros	
15. ¿Do you know the seal of quality handmade crafts of Colombia?		YES___ NO___



- Encuesta en alemán.

UMFRAGE FÜR DIE ERSTELLUNG EINES AUSFUHRUNTERNEHMENS VON HANDWERKEN IM HOLZ.		
Emailadresse:	Alter:	
Familienvorstand: JA ___ NEIN ___	Geschlecht: M ___ W ___	
Bildungsgrad: Abitur ___ Techniker ___ Profi ___ Master/Doktorat ___		
1. Kaufen Sie Handwerke im Holz für die Dekoration Ihres Hauses? (Wenn die Antwort Nein ist, gehen Sie zu Seite 6)	JA ___ NEIN ___	
2. Kaufen Sie sie sehr oft oder nur zu besonderen Anlässen? (Wenn die Antwort sehr oft, gehen Sie zu Seite 4; Wenn die Antwort zu besonderen Anlässen ist, markieren Sie welche)	Ostern	
	Frühherbst	
	Weihnachten	
	Geburtstag	
	Valentinstag	
	Vaterstag	
3. Wie viele Handwerke im Holz kaufen Sie gelegentlich für die Dekoration Ihres Hauses?	Muttertag	
	Ein Handwerk	
	Zwei Handwerke	
	Drei Handwerke	
4. Wie oft kaufen Sie Handwerke im Holz für die Dekoration Ihres Hauses?	Vier oder mehr? Wie viele?	
	Einmal im Monat	
	Einmal alle drei Monate	
	Einmal alle sechs Monate	
5. Wie viele Handwerke im Holz kaufen Sie monatlich für die Dekoration Ihres Hauses?	Andere Antwort? Welche?	
	Ein Handwerk	
	Zwei Handwerke	
	Drei Handwerke	
6. Kennen Sie die kolumbianischen Handwerke im Holz? (Wenn die Antwort Nein ist, gehen Sie zu Seite 7)	Vier oder mehr? Wie viele?	
	JA ___ NEIN ___	
	Ausgezeichnet	
7. Wie finden Sie die Qualität der kolumbianischen Handwerke im Holz?	Gut	
	Regelmäßig	

	Schlecht	
8. Qualifizieren Sie von 1 bis 10 was Ihnen am meisten der folgenden Merkmale eines Produkts ist (1 für die am meisten interessiert, 7 für die am wichtigsten interessiert)	Design	
	Verschiedenartigkeit	
	Materialien	
	Exklusivität	
	Ursprung	
	Qualität	
	Preis	
	Andere:	
9. Würden Sie die folgenden Produkte, die gezeichnet in Bildern sind, kaufen? (Markieren Sie die Produkten, die Sie kaufen würden)	Ich liebe sie, aber ich würde sie nicht kaufen	
	Ich liebe sie und würde sie kaufen	
	Sie interessieren mich nicht	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> <div style="text-align: center;">  <input type="checkbox"/> </div> </div>		
10. Kennen Sie ähnliche Produkte auf dem Markt?	JA ___ NEIN ___	
11. Wo kaufen Sie gern diese Produkte?	Geschäfte	
	Im Auftrag	
	Katalog	
	Internet	

	Anders - Welche?	
12. Wo kaufen Sie oft?	Shopping Center	
	Ausstellung	
	Internet	
	Spezifische Geschäfte	
	Anders – Welche?	
13. Wofür würden Sie diese Produkte kaufen?	Dekoration des Hauses	
	Geschenk	
	Souvenir	
	Kollektion	
	Anders - Welche?	
14. Wie viel würden Sie für diese Produkte bezahlen?	Unter 100 Euros	
	400 - 500 Euros	
	600 - 800 Euros	
	Mehr als 900 Euros	
15. Kennen Sie den Handgearbeitetstempel von kolumbianischen Handwerke?	Ja ___ Nein ___	
		

- Tabulación y análisis de resultados.

- Genero

GENERO	TOTAL	%
FEMENINO	257	67
MASCULINO	127	33
TOTAL	384	100

Se puede concluir que el 67% de los entrevistados son mujeres y el 33% son hombres. En su mayoría la población es de sexo femenino.

- Grado de escolaridad

CABEZA DE HOGAR	TOTAL	%
SI	315	82
NO	69	18
TOTAL	384	100

Se puede observar que el 82% de la población encuestada es cabeza de hogar, es decir toma las decisiones de compra en su vivienda y el 18% no es cabeza de hogar.

- Edad

EDAD	TOTAL	%
15-24	46	12
25-54	250	65
55-64	88	23
TOTAL	384	100

Se concluye que el 65% de la población encuestada tiene un rango de edad entre los 40 a 60 años, el 23% de 20-40 años y el 12% de 60 a 80 años.

- Grado De Escolaridad

GRADO DE ESCOLARIDAD	TOTAL	%
Bachiller	20	5
Técnico	40	10
Profesional	290	76
Posgrado	34	9

Se concluye que el 76% de la población es profesional, el 10% es técnico, el 5% es bachiller y el 9% tiene estudios en postgrado. Es decir que en su mayoría con un 95% tienen estudios de educación superior.

- Pregunta 1: ¿Compra artesanías en madera para la decoración de su hogar?

VARIABLE	TOTAL	%
SI	365	95
NO	19	5
TOTAL	384	100

Se puede observar que el 95% de la población compra artesanías de madera para la decoración del hogar y el 5% no lo hace.

- Pregunta 2: ¿Hace compras con regularidad o sólo en ocasiones especiales?

VARIABLE	TOTAL	%
Regularidad	73	20
Ocasiones Especiales	292	80
TOTAL	365	100

Se puede observar que el 20% de la población hace compras regulares del producto mientras que un 80% compra en ocasiones especiales.

- Pregunta 2: Seleccione las ocasiones especiales en las que realiza la compra.

VARIABLE	TOTAL	%
Semana santa	26	9
Inicio de otoño	29	10
Navidad	73	25
Cumpleaños	15	5
San Valentín	61	21
Día del padre	20	7
Día de la madre	67	23
TOTAL	292	100

Se puede observar que el 69% de las compras realizadas en ocasiones especiales son el día de la madre, el día de san Valentín y navidad.

- Pregunta 3. ¿Cuántos productos en promedio compra en cada una de las ocasiones especiales?

VARIABLE	TOTAL	%
Una artesanía	213	73
Dos artesanías	47	16
Tres artesanías	32	11
Otras? Cuántas?	0	
TOTAL	292	100

Se puede observar que el 73% compra una artesanía de forma ocasional.

- Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia mensual compra artesanías en madera para la decoración de su hogar?

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
1 vez al mes	7	10
1 vez cada tres meses	26	35
1 vez cada seis meses	40	55

FRECUENCIA	# PERSONAS	%
	73	100

Se puede concluir que 55% de las personas compran con frecuencia de una vez cada seis meses.

- Pregunta 5: ¿Cuántos productos de artesanía de madera para la decoración del hogar compra mensualmente?

Una vez cada seis meses = 40		
# PERSONAS	%	Cantidad Artesanías
32	80	1
7	18	2
1	2	3
40	100	

Se puede observar que el 80% de las personas que cuya frecuencia de compra es cada seis meses y compran una sola artesanía de madera.

- Pregunta 5: ¿Cuántos productos de artesanía de madera para la decoración del hogar compra mensualmente?

Una vez cada tres meses = 26		
# PERSONAS	%	cantidad
25	95	1
1	4	2
0	1	3
26	100	

Se puede observar que el 95% de las personas que cuya frecuencia de compra es cada tres meses, compran una sola artesanía de madera.

- Pregunta 5: ¿Cuántos productos de artesanía de madera para la decoración del hogar compra mensualmente?

Una vez al mes=7		
# PERSONAS	%	cantidad
7	100	1
0	0	2
0	0	3
7	100	

Se puede observar que el 97% de las personas que cuya frecuencia de compra una vez al mes, compran una sola artesanía de madera.

- Pregunta 6: ¿Conoce las artesanías en madera Colombianas?

VARIABLE	TOTAL	%
SI	230	60

VARIABLE	TOTAL	%
NO	154	40

Se puede observar que el 60% de la población tiene conocimiento de las artesanías en madera que proviene de Colombia y solo un 40% no lo tienen.

- Pregunta 7: ¿Cómo es la calidad de las artesanías en madera Colombianas?

VARIABLE	TOTAL	%
Excelente	184	80
Buena	46	20
Regular	0	0
Mala	0	0
TOTAL	230	100

Se puede concluir que el 80% tiene un concepto de excelente ante las artesanías de madera provenientes de Colombia y el 20% es buena. Es decir la población no tiene un concepto de regular o malo ante los productos de madera de Colombia.

- Pregunta 8: ¿Califique, siendo 1 lo que más le interesa y 7 lo que menos le interesa de las siguientes características en los productos?

CALIFICACION	VARIABLE	TOTAL	%
1	Calidad	100	26
2	Origen	75	20
3	Diseño	59	15
4	Materiales	43	11
5	Exclusividad	39	10
6	Variedad	35	9
7	Precio	33	9
	Otro	0	0
TOTAL		384	100

Se puede concluir en cuanto al producto que la calidad con un 26% es la principal característica, seguida por el origen, diseño, materiales, exclusividad, variedad y precio.

- Pregunta 9: ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los productos que se muestran en las imágenes para la decoración de su hogar?

VARIABLE	TOTAL	%
Me encantan pero no los compraría	31	8
Me encantan y los compraría	353	87
No es mi estilo	19	5
TOTAL	384	100

Se puede concluir en cuanto al producto que el 87% le encanta y lo compraría.

- Pregunta 9: Los productos que más comprarían contando de izquierda a derecha.

VARIABLE	TOTAL	%
Ajedrez Batalla De Boyacá	18	5%
Copa	78	22%
Bombonera	74	21%
Plato Tolima quemado y tallado	71	20%
Fancy Slimline Pen	39	11%
European Pen	42	12%
American Pen	32	9%
TOTAL	353	100%

Se concluye en cuanto al producto preferencias en copas con un 22%, bomboneras con un 21% y platos decorativos con un 20%.

- Pregunta 10: ¿Conoce productos iguales o similares en el mercado?

VARIABLE	TOTAL	%
SI	353	92
NO	31	8
TOTAL	384	100

Se concluye que el producto es conocido para la población con un 92%.

- Pregunta 11: ¿Dónde prefiere comprar este tipo de productos?

VARIABLE	TOTAL	%
Almacén	108	28
Encargo	38	10
Catalogo	88	23
Internet	150	39
Otro-Cual?	0	0
TOTAL	384	100

Se concluye en distribución prefieren un 28% Almacén, un 23% catalogo y un 39% internet.

- Pregunta 12: ¿Qué lugares frecuenta usted cuando va de compras?

VARIABLE	TOTAL	%
Centros Comerciales	115	30
Ferias	12	3
Internet	150	39
Almacenes específicos	108	28
Otro-cual?	0	0
TOTAL	384	100

Se concluye en cuanto a promoción que el 30% centros comerciales, 39% internet y el 28% almacenes específicos.

- Pregunta 13: ¿Con que fin compraría este tipo de productos?

VARIABLE	TOTAL	%
Decoración de mi Hogar	184,32	48
Obsequio	115,2	30
Recuerdo	46,08	12
Colección	38,4	10
Otro-Cual?	0	0
TOTAL	384	100

Se concluye en canto a promoción que el 48% usaría el producto para uso propio como la decoración de su hogar, un 30% lo compraría para obsequio y un 22% lo adquirirá como recuerdo o colección.

- Pregunta 14: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos productos?

VARIABLE	TOTAL	%	VALOR EN PESOS	
Menor a 100 Euros	19,2	5	\$ 287.555,90	
100 a 300 Euros	130,56	34	\$ 287.555,90	\$ 862.667,70
300 a 500 Euros	199,68	52	\$ 862.667,70	\$ 1.437.779,50
Mayor a 500 Euros	34,56	9	\$ 1.437.779,50	
TOTAL	384	100		

Se puede concluir respecto a precio que el 52% esta dispuesto a pagar entre 100 a 300 Euros cuyo valor en pesos oscila entre 287.555 pesos Colombianos y 862.667,70pesos Colombianos, a la fecha. Adicional un 34% pagaría entre 300 a 500 Euros cuyo valor en pesos oscila entre 862.667 pesos Colombianos y 1.437.779 pesos Colombianos, a la fecha

- Pregunta 15: ¿Conoce el sello de calidad HECHO A MANO de artesanías de Colombia?

VARIABLE	TOTAL	%
SI	77	28
NO	276	72
TOTAL	384	100

Se puede concluir que el 72% no tiene conocimiento del Sello de calidad hecho a mano que promueve artesanías de Colombia.































ANEXO D. Ubicación arancelaria para exportación de artesanías en madera decorativas.

DATOS GENERALES					
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Comple m.	Código Suplem.	Desde	Hasta
ARIAN	4420.10.00.00			01-ene-2007	

Descripción	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94. - Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera	01-ene-2007
Unidad física	u - Unidades o artículos	01-ene-2007





MEDIDAS

Concepto	Importaciones	Exportaciones		Tránsito
Gravamen				
IVA				
Otras tarifas generales				
Gravámenes por acuerdos internacionales				
Medidas de protección comercial				
Régimen de comercio				
Bienes de capital				
Índice Alfabético Arancelario				
Notas de nomenclatura				
Correlativas por apertura				
Correlativas por cierre				


Requisitos Específicos de Origen (REO)				
Documentos soporte				
Características especiales				
Restricciones				
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial				
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial				
Modalidades permitidas				
Descripciones de mercancías				
Documentos soporte por zona de RAE				
Cupos de Mercancía				

Fuente: Dian

ANEXO E. Referencia de precios de los productos ofertados por la competencia.

TIPO DE PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO
Florero Pequeño		\$294.802
Tazón De Frutas		\$576.787
Florero		\$576.787
Pluma		\$ 510.136

TIPO DE PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO
Lapicero		\$305.056
Dulcera En Forma De Copa		\$817.756
Cuenco Segmentado		\$961.312
Cuenco		\$1'012.582

TIPO DE PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO
Vaso De Nuez		\$17'944.500

Fuente: Etsy

ANEXO F. Referencia del producto.

La referencia del producto es una secuencia de números y letras que estará estampada en la etiqueta. Estará compuesta por las iniciales de la línea del producto y la letra inicial del tipo de madera que irán separadas por una raya, seguido por el número consecutivo compuesto de máximo 3 números. Por ejemplo: A3D-MC001, ajedrez tridimensional realizado en madera de moncoro y cedro.

- **Líneas De Productos**

- ✓ Ajedrez en 3D- A3D
- ✓ Jarrones- J
- ✓ Bomboneras- B
- ✓ Platos Planos Decorativo- PD
- ✓ Platos Cuencos- PC
- ✓ Tazones Curvos- TC
- ✓ Plumas de madera- PM

- **Tipo De Madera**

- ✓ Cedro- C
- ✓ Cedro Mancho- CM
- ✓ Cedro Carmin- CC
- ✓ Cedro Puerto Asis- CPA
- ✓ Cedro Güiño- CG
- ✓ Cedro Caqueta- CQ
- ✓ Cedro Amargo- CA
- ✓ Flor Morado- FM
- ✓ Nazareno- N
- ✓ Ébano- E
- ✓ Granadillo- G
- ✓ Marfil- M
- ✓ Sapan-S
- ✓ Pino- P
- ✓ Urapan- U
- ✓ Corazon Fino-CF
- ✓ Moncoro- M
- ✓ Guayacan-GU

ANEXO G. Requisitos para participación en ferias Colombianas.

CIUDAD	Bogotá	Bogotá	Medellín	Cartagen a	Bogotá
FERIA	EXPOARTESANI AS	BIENA L	EXPOARTESAN O	FAREX	PLAZA DE ARTESANO S
REQUISITO					
Envío web			x		
Envío físico	x			x	x
Formulario de solicitud	x	x	x	x	x
Fotos tamaño cedula	x	x	x	x	x
Fotocopia del RUT actualizado	x		x		
Fotocopia de Cédula de ciudadanía del representante	x		x		x
Cd	x	x	x	x	x
Imagen corporativa	x	x	x	x	
Listado de productos	x	x	x	x	
Catálogo digital	x		x	x	x
Alquiler del stand 3x3	Gratis	N/A	Gratis	x	Gratis
Envío de un prototipo (Después la entidad regresa el producto)		x		x	x
Especificacion es técnicas		x			
Fotografías del modelo del producto		x			
Proceso de producción con registro fotográfico		x	x		
Síntesis del proyecto		x			
Documento de consentimiento		x			

CIUDAD	Bogotá	Bogotá	Medellín	Cartagena	Bogotá
FERIA	EXPOARTESANIAS	BIENAL	EXPOARTESANOS	FAREX	PLAZA DE ARTESANOS
REQUISITO					
Fotocopia de diploma de grado		x			
Cámara de comercio			x		

- Costos estimados por la participación y asistencia a la ferias.

CIUDAD	Bogotá	Bogotá	Medellín	Cartagena	Bogotá
FERIA	EXPOARTESANIAS	BIENAL	EXPOARTESANOS	FAREX	PLAZA DE ARTESANOS
REQUISITO	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Envío web			\$ -		
Envío físico	\$ 7.000	\$ -		\$ 15.000	\$ -
Formulario de solicitud	\$ 200	\$ 200	\$ -	\$ 200	\$ 200
Fotos tamaño cedula	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.400	\$ 5.000	\$ 5.000
Fotocopia del RUT actualizado	\$ 100		\$ 200		
Fotocopia de Cédula de ciudadanía del representante	\$ 100		\$ 200		\$ 100
CD	\$ 320	\$ 320		\$ 320	\$ 320
imagen corporativa	\$ -			\$ -	
listado de productos	\$ -			\$ -	
Catálogo digital	\$ -			\$ -	\$ -

CIUDAD	Bogotá	Bogotá	Medellín	Cartagena	Bogotá
FERIA	EXPOARTE SANIAS	BIENAL	EXPOARTES ANOS	FAREX	PLAZA DE ARTESANOS
REQUISITO	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Alquiler del stand 3x3	\$ -		\$ -	\$ 2'300.000	\$ -
Envío de un prototipo		\$ 12.000		\$ 50.000	\$ 12.000
Especificaciones técnicas		\$ 2.000			
Fotografías del modelo del producto		\$ 50.000			
Proceso de producción con registro fotográfico		\$ 5.000	\$ -		
Síntesis del proyecto		\$ 2.000			
Documento de consentimiento		\$ 200			
Diploma de grado		\$ 500			
Cámara de comercio			\$ 3.500		
Transporte	\$ 104.000		\$ 275.700	\$ 393.600	
Estadía y alimentación	\$ 260.000		\$ 500.000	\$ 700.000	
Total	\$ 376.720	\$ 77.220	\$ 785.000	\$ 3.464.120	\$ 17.620

ANEXO H. Costos en publicidad.

- Costos incurridos para diseño de imagen e impresión en publicidad para el primer año.

Descripción	Cantidad	Diseño Unitario	Diseño Total	Impresión Unitario	Impresión Total	Año 1
Logo	1	\$ 742.000	\$ 742.000	\$ -	\$ -	\$ 742.000
Catálogo digital	20	\$ 106.000	\$ 2.120.000	\$ 45.000	\$ 900.000	\$ 3.020.000
Tarjetas	1	\$ 190.800	\$ 190.800	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 285.800
Separadores	1	\$ 190.800	\$ 190.800	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 285.800
Volantes	1	\$ 233.200	\$ 233.200	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 333.200
Brochure	1	\$ 349.800	\$ 349.800	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 699.800
pendón	1	\$ 212.000	\$ 212.000	\$ 185.000	\$ 185.000	\$ 397.000
Página web	1	\$ 954.000	\$ 954.000	\$ -	\$ -	\$ 954.000
Web Hosting	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ -	\$ -	\$ 150.000
Banner	4	\$ 191.000	\$ 191.000	\$ 764.000	\$ 3.056.000	\$ 3.247.000
Total			\$ 5.333.600		\$ 4.781.000	\$ 10.114.600


- Proyección de costos en impresión publicitaria y asistencia a ferias para los primeros cinco años de operación.

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad	\$ 7.268.380	\$ 7.631.799	\$ 8.013.400	\$ 8.414.100	\$ 8.834.800

- El costo del diseño publicitario se costó como asesoría técnica en honorarios por el primer año.

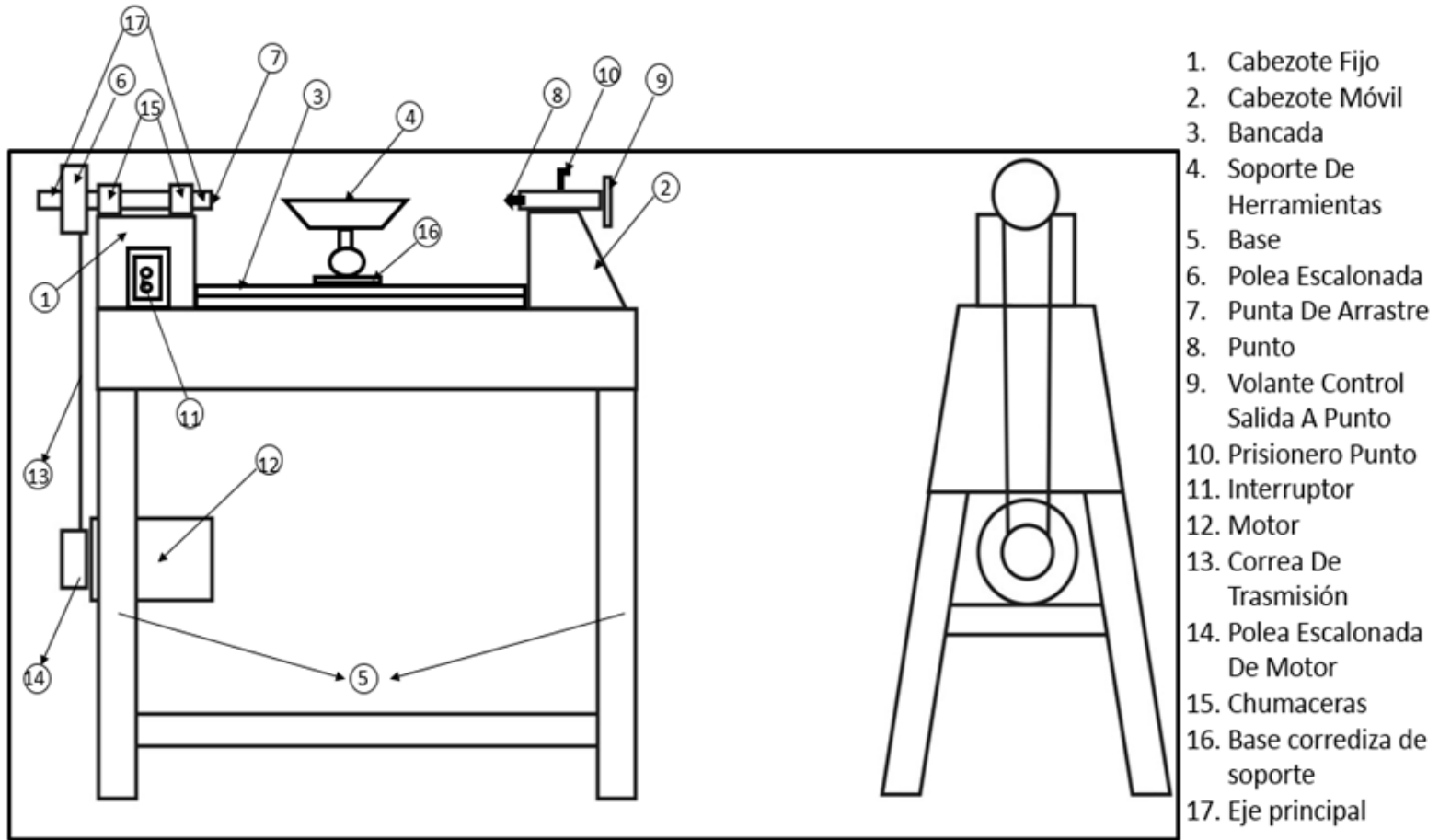
Honorarios	2016	2017	2018	2019	2020
Asesoría Técnica	\$ 5.333.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

- Evaluación al cliente.

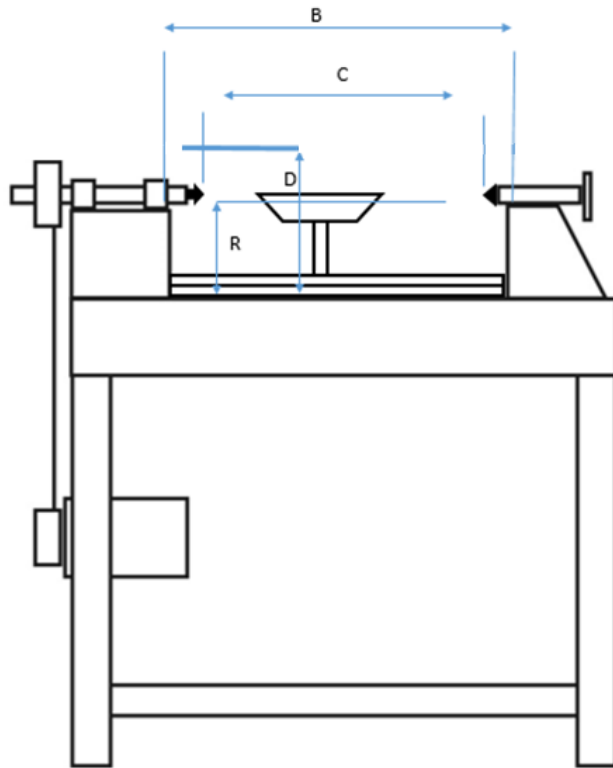
	TORNO & TALLA	Consecutivo:		
FICHA DE EVALUACION DE CLIENTES				
Cliente:	Producto:	Periodo de evaluación:		
Resultado De La Evaluación:				
Aspecto		PESO	PUNTUACIÓN	TOTAL
Calidad Del Producto: El producto cuenta con las características que el cliente solicito y cumple con la calidad de la información recibida, mediante el certificado de calidad.		30%		
Estado Del Producto: El producto llego en excelente estado sin roturas, hundimientos o deterioros de alguna índole, que se pudieran presentar por el transporte del mismo.		30%		
Calidad Del Empaque: El empaque protege correctamente el contenido del producto.		5%		
Calidad Del Embalaje: El empaque protege correctamente el contenido del producto.		5%		
Correspondencia Entre La Calidad del producto facturado y la cantidad de producto recibido.		5%		
Rapidez de respuesta de la empresa ante imprevistos.		5%		
Atención requerida a los reclamos y/o devoluciones.		5%		
Facilidad de comunicación con la empresa, ante cualquier situación.		5%		
El tiempo de entrega pactado fue cumplido.		10%		

ANEXO I. Fases para armar un torno artesanal.

- PARTES NECESARIAS PARA ARMAR UN TORNO ARTESANAL.



- TAMAÑO DEL TORNO



C= Distancia máxima entre centros

D= Diámetro máximo de la pieza de trabajo hasta las guías primaticas. Volteo del torno.

R= Radio, medio volteo

B= Longitud de la bancada

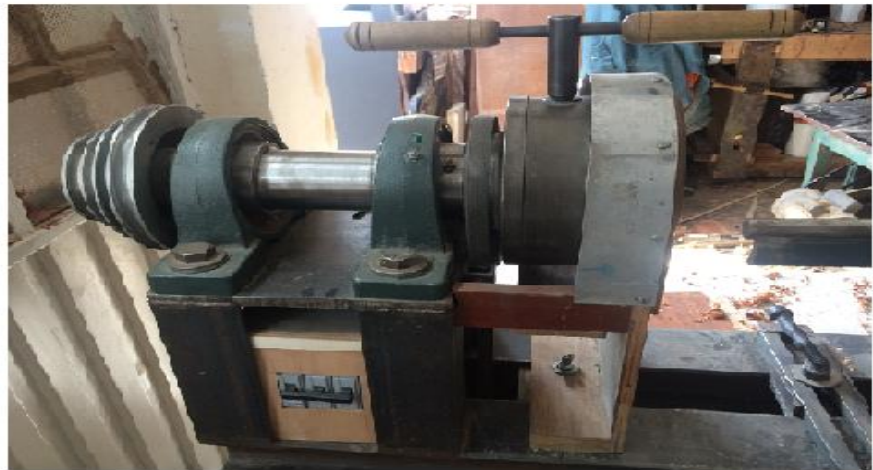
C= 80 cm

D= 0-23 cm

R= 32mts

B= 60cm

- TORNO ARMADO



ANEXO J. Tipos de madera y textura.

Tipo de madera	Textura
Cedro(Cedro mancho, cedro carmín, puerto asís, cedro güiño, cedro Caquetá, cedro amargo)	
Flor morado	
Nazareno	
Ébano	
Granadillo	
Marfil	
Sapan	
Pino	
Urapan	
Guayacan	
Abarco	
Moncoro	

ANEXO K. Evaluación de proveedores.

	TORNO & TALLA		Consecutivo:	
	FICHA DE EVALUACION DE PROVEEDORES			
Proveedor:	Producto:	Periodo de evaluación:		
Resultado De La Evaluación:				
CRITERIOS		PESO	PUNTUACIÓN	TOTAL
ATENCION AL CLIENTE: El modo de disposición que tiene el personal dela empresa para recibir el pedido y solicitudes es amable, al igual que en el momento de hacer la entrega del producto.		5%		
INTEGRIDAD DEL PRODUCTO: La mercancía suministrada cuenta con las guías de movilización o salvoconducto, es de calidad, esta inmunizada, llega en excelente estado, sin grietas, rajaduras, encorvaduras, torceduras, arqueos y abarquillos.		40%		
TIEMPO DE ENTREGA: El proveedor entrega la mercancía dentro de los plazos acordados con la empresa.		20%		
SOLUCION DE RECLAMOS: El proveedor tiene una velocidad de respuesta ante las quejas y reclamos acerca del producto y brinda una solución.		5%		
COSTO COMPETITIVO: El costo de venta de la mercancía suministrada por el proveedor es competitivo frente a la competencia.		20%		
FLEXIBILIDAD DEL PAGO: Los plazos de pago del proveedor son más largos con respecto a otros.		5%		
FIABILIDAD DE LA INFORMACION: El pago del pedido se registra correctamente en fechas y valores realizados.		5%		

ANEXO L. Manual de funciones.

- Descripción de funciones gerencia general.

I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Área:	Gerencia General
Nombre del Cargo:	Gerente
Número de personas en el cargo:	1
Autoridad:	Todos los cargos
Superior Inmediato:	Ninguno
II. OBJETIVO DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar las funciones llevadas a cabo en todas las áreas de la empresa. • Representar a la empresa en las ferias a las que se asistan. • Administrar los recursos de la empresa de forma eficiente para lograr los objetivos de la misma. • Realizar la selección de personal adecuada para las diferentes vacantes que hayan en la empresa. 	
III. DETALLA DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar los informes financieros presentados por el contador. 2. Desarrollar una estrategia de mercadeo eficiente que permita el buen desarrollo y la comercialización de los productos. 3. Llevar a cabo los requisitos para la participación en las diferentes ferias artesanales. 4. Administrar y velar por la correcta distribución de los recursos económicos de la empresa. 5. Garantizar la seguridad laboral y bienestar de los empleados de la compañía. 6. Convocar, reclutar y seleccionar el personal que se requiere para el funcionamiento de la empresa. 7. Responder y tramitar a los reclamos y quejas de los clientes en calidad y servicio. 8. Verificar y constatar los contratos y convenios que la empresa requiera para brindar o recibir un servicio. 9. Realizar el pago de obligaciones financieras, tributarias, parafiscales así como la nómina. 10. Realizar la respectiva selección de proveedores de materias prima para la elaboración del producto. 11. Desarrollar el catálogo de productos según la línea de productos que se va a producir. 12. Supervisar el desempeño de los empleados. 	
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACION:	Ingeniero Industrial
EXPERIENCIA:	Un año de experiencia en procesos.

HABILIDADES:	Conocimiento administrativo y contable. Buen líder, manejo de personal, responsable, comprometido, excelente dominio verbal, habilidad para hacer negocios y solución de problemas laborales.
V. RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
POR CONTACTOS:	Demás empleados de la empresa, autoridades departamentales, de comercio y diferentes entidades promotoras de artesanías en Colombia.
POR MAQUINARIA Y EQUIPO:	Equipo y elementos de oficina, Equipo y elementos de comunicación, computador, impresora.
POR PRODUCTOS Y MATERIALES:	No responde
POR SUPERVISION:	Supervisa los trabajadores de las diferentes áreas de la empresa.
POR DINERO Y VALORES:	Responde por la correcta distribución y uso de los recursos económicos de la empresa.
POR ERRORES:	Errores de supervisión de personal. Proporcionar órdenes o instrucciones incorrectas. Realizar una administración inadecuada de los recursos económicos.
VI. REQUERIMIENTOS FISICOS DEL CARGO	
Jornada: diurno. Horario Laboral: 8am a 5 pm de lunes a sábado Peso a levantar: Ninguno Esfuerzo mental: Alto	
VII. CONDICIONES DEL CARGO	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Buena iluminación. Bajo ruido y temperatura normal.
RIESGO DEL CARGO:	No presenta
<ul style="list-style-type: none"> • Descripción de funciones área contable y financiera. 	
I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Área:	Área contable y financiera
Nombre del Cargo:	Contador
Número de personas en el cargo:	No aplica
Autoridad:	Ninguna
Superior Inmediato:	Gerente

II. OBJETIVO DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de Estados financieros bajo la normatividad vigente. • Desarrollar la nómina respectiva para los empleados de la empresa. • Generar los informes financieros para presentar a gerencia. 	
III. DETALLA DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar la nómina, pago de seguridad social y parafiscales en un periodo mensual. 2. Generar los informes de los estados financieros mensualmente . 3. Realizar las consolidaciones por medio de la revisión y aprobación de las facturas de venta y las cuentas por cobrar. 4. Llevar el control del pago de obligaciones financieras, tributarias, parafiscales así como la nómina. 5. Asegurarse que la empresa cumpla con los requisitos legales financieros y tributarios de la ley Colombiana. 6. Gestionar ante gerencia los pagos oportunos de obligaciones financieras y tributarias. 7. Controlar el respectivo inventario de la empresa. 	
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACION:	Contador Publico
EXPERIENCIA:	2 años como mínimo
HABILIDADES:	Conocimiento NIF para PYMES, manejo excel, destreza matemática, Responsable, honrada y proactiva.
V. RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
POR CONTACTOS:	Empresas
POR MAQUINARIA Y EQUIPO:	No responde
POR PRODUCTOS Y MATERIALES:	No responde
POR SUPERVISION:	Vencimiento de pagos de impuestos, cumplimiento de fechas para presentar información a las entidades gubernamentales como la Dian (Exógena).
POR DINERO Y VALORES:	No responde
POR ERRORES:	Error en la información brindada para pagos de impuestos, pagos de nómina, parafiscales y demás, adicional los errores que se puedan presentar en el manejo dela contabilidad que se vean reflejado en los informes financieros.
VI. REQUERIMIENTOS FISICOS DEL CARGO	
Peso a levantar: Ninguno	
Esfuerzo mental: Alto	

VII. CONDICIONES DEL CARGO	
AMBIENTE DE TRABAJO:	No aplica
RIESGO DEL CARGO:	No aplica

- Descripción de funciones área de producción.

I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Área:	Área de Producción
Nombre del Cargo:	Operario de Torno
Número de personas en el cargo:	1
Autoridad:	Ninguna
Superior Inmediato:	Gerente
II. OBJETIVO DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el torneado de las piezas según el diseño previamente establecido. 	
III. DETALLA DE FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar el corte moderado de la madera, de tal forma que cumpla con la medidas del diseño y el desperdicio de material sea mínimo. 2. Elaborar correctamente la pieza en el torno, siguiendo el diseño previamente establecido. 3. Elaborar el pegado correcto de las piezas de madera según la técnica escogida para el diseño del producto. 4. Realizar los acabados respectivos a la pieza de tal forma que cumpla con los requisitos de calidad Hecho a Mano. 5. Verificar el estado de la madera en la entrega de pedido de la materia prima. 	
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACION:	Ninguna
EXPERIENCIA:	Mínimo 30 años en el arte
HABILIDADES:	Manejar el torno a su cabalidad, responsable, creativo y proactivo.
V. RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
POR CONTACTOS:	No responde
POR MAQUINARIA Y EQUIPO:	Maquinaria para transformación de materia prima como Torno, Herramientas de torno, compresor, Sierra Sin Fin y dotación de seguridad.
POR PRODUCTOS Y MATERIALES:	Pieza que está en proceso.
POR SUPERVISION:	No responde
POR DINERO Y VALORES:	No responde
POR ERRORES:	Errores de medidas de la pieza o tipos de madera incorrectos a los del diseño, además del estado de la materia prima.

VI. REQUERIMIENTOS FISICOS DEL CARGO	
Jornada: diurno. Horario Laboral: 8am a 5 pm de lunes a sábado Peso a levantar: Si Esfuerzo mental: Medio	
VII. CONDICIONES DEL CARGO	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Buenas condiciones de iluminación. Ruido y temperatura normal.
RIESGO DEL CARGO:	Accidentes relacionados con el uso de la maquinaria.

- Descripción de funciones área de producción.

I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Área:	Área de Producción
Nombre del Cargo:	Operario de Talla
Número de personas en el cargo:	1
Autoridad:	Ninguna
Superior Inmediato:	Gerente
II. OBJETIVO DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el talla de las piezas según el diseño previamente establecido. 	
III. DETALLA DE FUNCIONES	
1. Realizar la talla a la pieza siguiendo el diseño previamente establecido. 2. Elaborar la talla de la pieza de madera según la técnica escogida para el diseño del producto. 3. Realizar los acabados respectivos a la pieza de tal forma que cumpla con los requisitos de calidad Hecho a Mano. 4. Verificar el estado de la madera en la entrega de pedido de la materia prima.	
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACION:	Ninguna
EXPERIENCIA:	Mínimo 30 años en el arte
HABILIDADES:	Tener dominio del arte de tallar, responsable, creativo y proactivo.
V. RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
POR CONTACTOS:	No responde
POR MAQUINARIA Y EQUIPO:	Maquinaria para transformación de materia prima como Herramientas de talla, compresor y Sierra Sin Fin.
POR PRODUCTOS Y MATERIALES:	Pieza que está en proceso.
POR SUPERVISION:	No responde
POR DINERO Y VALORES:	No responde

POR ERRORES:	Errores de medidas de la pieza o tipos de madera incorrectos a los del diseño, además del estado de la materia prima.
VI. REQUERIMIENTOS FISICOS DEL CARGO	
Jornada: diurno. Horario Laboral: 8am a 5 pm de lunes a sábado Peso a levantar: Si Esfuerzo mental: Medio	
VII. CONDICIONES DEL CARGO	
AMBIENTE DE TRABAJO:	Buenas condiciones de iluminación. Ruido y temperatura normal.
RIESGO DEL CARGO:	Accidentes relacionados con el uso de la maquinaria.

ANEXO M. Formulario de certificación de la unidad artesanal para trámites de registro de marca ante la superintendencia de industria y comercio.

Formulario de certificación de su unidad artesanal para trámites de registros marcarios ante la Superintendencia de Industria y Comercio

Mediante Resolución No. 173 de 2013 del 11 de enero de 2013 la Superintendencia de Industria y Comercio fija las tasas de propiedad industrial.

En el artículo segundo capitulo primero "1.1.2. Tasas de Signos Distintivo", se establecieron valores a favor de los artesanos en trámites marcarios por lo que se pide a Artesanías de Colombia que los certifique para acceder a este servicio.

*Obligatorio

INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre *

Escriba su nombre y apellidos completos

DEYSSY CATHERINE ARIAS

Cédula *

Escriba el número de su documento de identidad y ciudad de expedición

1098695348

Dirección *

Escriba la dirección de su domicilio

Cr 2w 55a-05 mutis

Ciudad *

Bucaramanga

Teléfono fijo *

Digite un número fijo de contacto

68383618

Indique el tipo de Artesanía que elabora *

Seleccione la actividad que realiza su unidad artesanal

Artesanías en madera realizadas en torno y talla.

Oficio *

ej. Tejeduría

TORNO Y TALLA

Técnica *

ej. Telar vertical

TORNO Y TALLA

Materia prima *

ej. Hilo de algodón

MADERA

¿Su unidad artesanal está inscrita en la Cámara de Comercio? *

- Si
 No

Teléfono celular *

Digite su número móvil

3165377769

Correo electrónico *

Escriba su dirección de correo electrónico

deyssy_90@hotmail.com

INFORMACIÓN DE SU UNIDAD ARTESANAL

Nombre Unidad Artesanal *

Ingrese el nombre exacto de su unidad artesanal

TORNO & TALLA

¿Qué actuación legal desea adelantar? *

- Registro de Marca Comercial (productos o servicios)
- Registro de Marca Colectiva
- Cambio de titularidad (transferencia) de su registro marcario a otros artesanos certificados
- Cambio de titularidad (transferencia) de su registro marcario a no artesanos

¿Pertenece a alguna de estas comunidades? *

- Afrodescendientes
- ROM (Gitano)
- Raizal
- Indígena
- Ninguna
- Otro:

¿Ha sido beneficiario de alguna capacitación o asesoría impartida por Artesanías de Colombia?

Indique cuales

ASESORÍAS PUNTUALES

¿Ha participado en eventos comerciales artesanales organizados por Artesanías de Colombia?

Indique cuales

NO

¿Tiene un logo con el que distinga su marca? *

SI ▼

¿Qué productos quiere proteger con su marca? *

ARTESANIAS REALIZADAS EN MADERA MEDIANTE EL USO DE TORNO Y TALLA, COMO JARRONES, BOLIGRAFOS, PLUMAS, AJEDERES EN 3D, Y TODO EL CATALOGO DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA.

¿Su inscripción está actualizada ante la Cámara de Comercio? *

- Si
- No

La información suministrada en este formulario es totalmente cierta y puede ser verificada en su totalidad *

- Si
- No

ANEXO N. Criterios generales para la selección de los talleres artesanales.

1. Las organizaciones, empresas o talleres artesanales deben poseer la herramienta necesaria para el desarrollo del oficio.
2. Las organizaciones, empresas o talleres artesanales deben estar en capacidad de producir y comercializar sus productos.
3. Se otorgará un Sello de Calidad por tallar familiar, con el fin de beneficiar un número mayor de artesanos.
4. Para la selección de las organizaciones, empresas o talleres artesanales que aplicarán al programa, se dará prioridad a aquellos artesanos con mayor trayectoria o años de experiencia en el oficio.
5. Las organizaciones, empresas o talleres artesanales deben participar en el proceso de capacitación que se realice en la comunidad, con el fin de garantizar que la información, tanto técnica como administrativa sea clara para todos los artesanos que soliciten el Sello de Calidad.
6. Las organizaciones, empresas o talleres artesanales deben participar en el proceso de construcción del documento Referencial del oficio a certificarse.
7. Los artesanos seleccionados deben manejar con habilidad y destreza la técnica artesanal. Las personas postuladas no pueden ser artesanos que manejen partes del proceso, sino la totalidad del mismo, pues el certificado se otorga a productos terminados.
8. Los artesanos seleccionados deben desarrollar productos artesanales de excelente calidad, en los cuales se demuestre el cumplimiento de los requisitos establecidos en el referencial.
9. Se debe elaborar productos hechos a mano y que pertenezcan a un oficio artesanal, para lo cual Artesanías de Colombia realizará la evaluación de acuerdo a los criterios establecidos en la institución para tal fin.
10. El Sello de Calidad sólo se otorgará a artesanos productores, en ningún caso a comercializadores que no conozcan o dominen los oficios.

Observaciones generales

1. Las herramientas o máquinas empleadas en el proceso artesanal no serán una determinante en el proceso de selección, pues muchos de los artesanos las alquilan, lo cual no tiene que ver con su habilidad en el oficio.
2. El Sello de Calidad sólo se otorga a artesanos productores, en ningún caso se tendrán en cuenta para este proceso las personas que se dedican únicamente a la comercialización.
3. Los artesanos individuales deben estar inscritos en el Registro Único Tributario RUT para poder ser beneficiarios del proyecto.
4. Todo aquel artesano que considere que cumple con los criterios de selección y con los requisitos establecidos en el Referencial puede inscribirse en el proceso, independientemente de que se a postulado o no por una entidad o Asociación.

ANEXO O. Referencial nacional de madera capitulo talla Bogotá D.C.”

TABLA DE CONTENIDO

Descripción de la Técnica

1. Objetivo
2. Diseño y dibujo de la talla
3. Definición y fabricación de plantillas y modelos

Estilos de talla

Talla en bajo y alto relieve bidimensional

Talla de bulto o tridimensional

Talla con dibujos geométricos

Talla con calados

Talla ornamental

Talla sisada

4. Selección de la materia prima Características de la madera

Secado de la madera

Inmunización de la madera

Maderas aptas para la talla

5. Organización de un taller de talla
6. Herramientas y equipo

Herramientas básicas

Equipo básico de trabajo

7. Afilado de las herramientas
8. Prensado de la pieza
9. Proceso de la talla tipo bidimensional

9.1. Picar

9.2. Fondear el bajo relieve

9.3. Modelar el alto relieve

9.4. Recortar o delinear

9.5. Decorado

10. Proceso de la talla tipo tridimensional

10.1. Picar

10.2. Modelar relieves

10.3. Recortar o delinear

10.4. Decorado

11. Acabados

11.1. Natural

11.2. Aceites y ceras

11.3. Goma laca o tapón

11.4. Tintillado

11.5. Hojillado

11.6. Pátinas

12. Esquema Productivo Talla Bidimensional

13. Esquema Productivo Talla Tridimensional

14. Defectos menores

15. Determinantes de Calidad para el producto terminado

16. Condiciones de empaque y embalaje

17. Glosario

18. Bibliografía

REFERENCIAL NACIONAL DE MADERA

Capítulo Talla

Este capítulo hace referencia exclusivamente a la práctica y desarrollo de la talla en madera en los talleres de la localidad de Bogotá D.C., estando ligado al Referencial Nacional de Madera en lo que a determinantes de calidad de la madera se refiere.

Descripción de la técnica

La talla de la madera, es una técnica manual milenaria que pertenece al oficio de la madera, mediante la cual el artesano y el artista con ayuda de las herramientas de desbaste, cincelado y corte, logra elaborar objetos utilitarios y decorativos, retirando y modelando partes de madera hasta lograr conformar figuras que expresan y transmiten una variedad infinita de significados culturales. Esta técnica permite lograr superficies y volúmenes mediante alto y bajo relieve. Se pueden tallar objetos que han sido previamente elaborados por torneros, ebanistas y carpinteros, como utensilios para la mesa y cocina, objetos decorativos utilitarios como marcos de espejo, cajas, candelabros, frisos, calados, piezas ornamentales como columnas, altares y mobiliario en general, y muchos otros.

Existiendo la necesidad de este documento y teniendo en cuenta que la talla en madera tiene varias formas de expresarse, nos basaremos específicamente en la técnica de talla bidimensional y tridimensional o de bulto.

15. Objetivo

El presente documento tiene por objeto establecer el proceso de producción en la elaboración de objetos utilitarios y decorativos tallados en madera y los aspectos establecidos de calidad de estos productos.

16. Diseño y dibujo de la talla

Para la realización de la talla en general, es importante que el dibujo inicial de la figura, presente un especial movimiento y ritmo, que se pueda realizar en las diferentes técnicas de la talla. Expresar la realidad en el dibujo, teniendo presente la técnica de talla en todo momento.

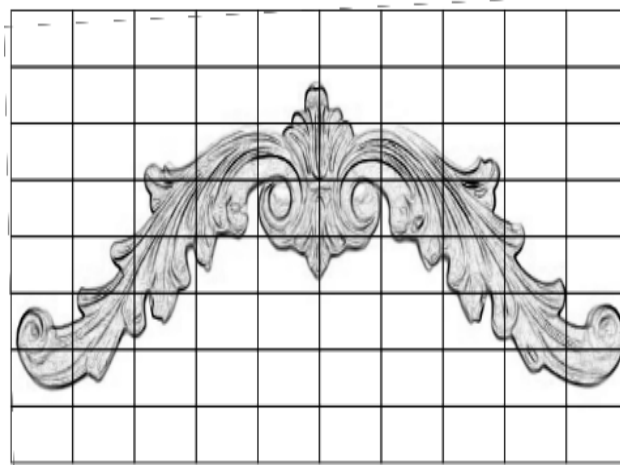
El dibujo es una herramienta que permite definir los altos y bajos relieves para que tenga una lógica en el inicio de la talla y el final en todas las formas que se tallan ya sean ornamentos o figuras geométricas.

Por ser éste el primer paso en el proceso de la talla, la habilidad del tallador consistirá en tener sentido de las proporciones para reproducir las formas naturales, conocimiento suficiente en cuanto a la volumetría, racionamiento espacial, habilidad para el dibujo a mano alzada y en general conocimientos básicos en técnicas de dibujo.

El tallador adquiere con la práctica un adiestramiento del ojo que le permite visualizar la talla con anterioridad a su realización. Esta habilidad se verá reflejada en la calidad de la obra tallada.

17. Definición y fabricación de plantillas y modelos

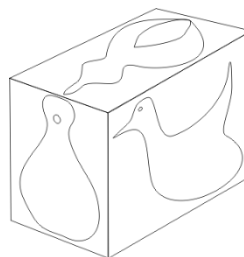
Dentro del proceso inicial y previo a la talla, el artesano define volúmenes, dimensiones y configuración general mediante plantillas y modelos. Realiza plantillas en el caso de tallar varias figuras de un mismo diseño. Para el caso de la talla de objetos por ejemplo una cuchara, se fabrican en papel o cartón, delineando la silueta del frente y el lateral del diseño y recortando por los bordes. El resultado, plantilla y contra plantilla las cuales se utilizan para pasar el dibujo a la pieza de madera. De esta forma se permite un acercamiento más rápido a la forma final.



Plantilla para talla bidimensional

Para el caso de la talla tridimensional, el tallador puede realizar un modelo a escala real, en arcilla o en yeso que le permitirá visualizar la escultura en tercera dimensión, antes de intervenir la pieza de madera y poder corregir dimensiones y formas. Otro medio es utilizar plantilla y contra plantilla colocándola en el trozo de madera seleccionado, como se muestra en la siguiente gráfica.

Plantillas para talla tridimensional



Estilos de talla

Para definir un estilo en la talla, el artesano debe dar rienda suelta a su imaginación utilizando las diferentes técnicas y desarrollando habilidad en el manejo de las herramientas. Cuanto más conoce la técnica más posibilidades tiene de desarrollar su propio estilo. El mercado también se convierte en uno de los indicadores de la demanda de estos productos.

Talla en bajo y alto relieve bidimensional

Es la más utilizada por los artesanos urbanos, está directamente relacionada con la talla ornamental, con la diferencia de que ésta se aprecia en forma plana o bidimensional. Utiliza la misma técnica de talla y principios del dibujo. Se realizan retablos, frisos, cenefas, marcos, cuadros, plasmando temas como frutas, flores, animales, y temas seculares, espirituales, serios y jocosos, satíricos y simbólicos.

Talla de bulto o tridimensional

Es la que permite al tallador expresar libremente las figuras en tres dimensiones. Es de tipo escultural en la cual los volúmenes juegan un papel muy importante en transmitir armonía, movimiento y destreza técnica. Así mismo esta técnica permite realizaciones de objetos utilitarios como contenedores, cucharas, palas, todo tipo de utensilios para la mesa y cocina.

Talla con dibujos geométricos

Se utiliza para los frisos que adornan una cornisa o el marco de un cuadro en los cuales los dibujos presentan una repetición de las figuras y es más exigente la técnica de talla por cuanto la distribución de los dibujos debe ser proporcionada de acuerdo al tamaño de los marcos.

3.1.4. Talla con calados

Es la talla que se derivó de la talla bidimensional de bajo relieve con trazos libres en donde se requiere de una mayor delicadeza al tallar pues presenta orificios los cuales han sido calados con anterioridad y que se combinan con movimientos entrelazados de flora y fauna o figuras geométricas.

3.1.5. Talla ornamental

Esta talla se ha utilizado desde hace muchos siglos para adornar iglesias y palacios y casas en su interior. Básicamente se adornan los marcos de las puertas, ventanas, relicarios, frisos, columnas, sillas, gabinetes, cómodas, armarios, cofres, bancas, reclinatorios. Los temas ornamentales arquitectónicos son conocidos como conchas, piñas con figuras y escenas en secuencia de animales o motivos florales. Igualmente de escenas religiosas y escenas recargadas de exuberantes adornos como trenzas, volutas y hojas de acanto.

3.1.6. Talla sisada

Se realiza con las herramientas más finas delineando únicamente la silueta o líneas externas de las figuras y las nervaduras internas en el caso de las hojas. Se utilizan los buriles más finos dejando la talla únicamente en la superficie, sin presentar bajo o alto relieve. Se utiliza para adornar las puertas y cajones de los armarios o cómodas.

4. Selección de la materia prima

Algunas maderas son más aptas que otras para la talla y en general todas se dejan trabajar con las herramientas, pero para conseguir un óptimo resultado en las figuras talladas, se recomiendan las maderas que se adapten a la necesidad, es decir si se piensa tallar una escultura o es una superficie plana con relieves o si por el contrario son utensilios para la cocina. Deberá escogerse una madera con características de acuerdo a su función, en el caso de ir a realizar una ensaladera, ésta se recomienda que sea apta para recibir alimentos y que además no presente sabor.

Para el objeto puramente decorativo, el artesano deberá guiarse por la veta, el color y el grano de la madera y que reciba los acabados que desea darle.

Los lugares para conseguir la madera son muy variados, desde los aserríos, como en el campo y la playa. Las raíces de los árboles que mueren o en los manglares.

4.1. Características de la madera

Es bueno aclarar que la madera debe tener el grano homogéneo, densidad media, evitando utilizar la albura o siguiente capa a la corteza, pues es muy vulnerable a los hongos y el gorgojo. Evitar los nudos a menos que el tallador los quiera aprovechar como parte de la figura.

Cuando se adquiere una madera para tallar, ésta presenta un porcentaje de humedad alto, el cual no se recomienda para realizar de inmediato el trabajo. Por lo general se abre el bloque en tablones de 3 CMS aproximadamente según la

programación del trabajo y se seca al natural llegando a un promedio de 12 a 20 % de humedad.

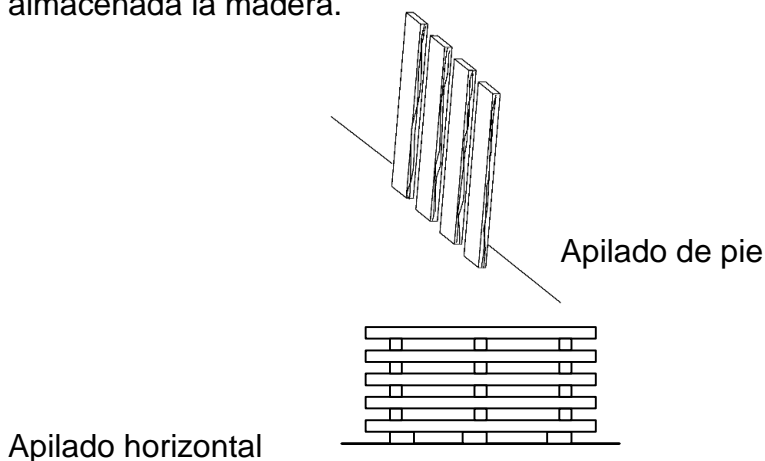
Se rechaza la madera que presente defectos visibles como grietas, rajaduras, encorvaduras, torceduras, arqueos y abarquillos.

4.2. Secado de la madera

Cuando el artesano no tiene la posibilidad de adquirir madera seca y la adquiere en bloques, el proceso que se recomienda es realizar cortes a lo largo del tronco, abriendo el bloque el tablonés de 3 a 4 CMS de grueso por un ancho de 12 a 30 CMS y el largo del bloque que por lo general vienen de 2.40 mts a 3.05 mts.

Se recomienda para el secado natural, almacenar o colocar los tablonés en forma oblicua y verticalmente, preferiblemente sin tocarse uno al otro para ventilar por las dos caras. También se puede colocar horizontalmente pero con pequeños trozos de madera que separe los tablonés y pueda airearse lo suficiente.

Así mismo puede secarse con métodos artesanales como el vapor de agua, el fuego indirecto o calentamiento eléctrico colocado en la bodega en donde se tiene almacenada la madera.



4.3. Inmunización de la madera

La inmunización sirve para proteger la madera y con ello prolongarle la vida útil. El secado es fundamental para lograr un buen inmunizado, sin lo cual es imposible que penetre bien el inmunizante. Este tratamiento se puede aplicar antes y después de haber sido trabajada la madera. Dentro del Esquema Productivo de este Referente se aplica dentro del proceso del acabado.

Existen tres clases de inmunización que se puede aplicar en forma manual:

Con brocha

Aspersión

Inmersión

La efectividad del inmunizante no depende tanto del material sino del sistema. Los más recomendados son los utilizados por la industria maderera que es el sistema de presión. Teniendo en cuenta que este referencial está dado para un proceso artesanal, el sistema más recomendado es el de inmersión, garantizando la vida útil de la madera de 8 años.

4.4. Maderas aptas para la talla

La siguiente lista contiene las especies de madera que más utilizan los artesanos hoy día. Cabe anotar que las maderas como el nogal, la caoba y el ébano fueron maderas que se utilizaron con bastante frecuencia para la talla y que hoy día están en vía de extinción. Por lo tanto no se recomienda continuar tallando productos en estas especies. Las siguientes listas de maderas están consideradas aptas para la talla y se utilizan con frecuencia:

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS
CEDROS	Densidad media que se presenta en diferentes clases: cedro macho, cedro carmín, puerto asís, cedro güino, cedro caquetá, cedro amargo Blanda para tallar
URAPAN	Madera blanda de color claro. Blanda para tallar
PINO	Madera clara relativamente blanda. Las herramientas deben estar muy bien afiladas.
MARFIL	Madera blanda, color claro Apta para tallar
FLORMORAD	Madera densa y blanda a la vez. Blanda para tallar.
AMARILLO	Madera densa. Dura para tallar.
MOHO	Madera blanda, color marrón. Presenta vetas de tonos oscuros. Apta para tallar.

5. Organización de un taller de talla

Dentro de la producción de piezas de talla, el artesano organiza un espacio de trabajo de acuerdo a sus posibilidades y las características de su producto. Si el tallador es el mismo artesano quien elabora las piezas torneadas o piezas más complejas como por ejemplo mesas, sillas o espaldares de cama, el taller se organiza como un taller de carpintería con todo el equipo de trabajo: Bancos de trabajo, Sierras circular, sin fin, torno, cepillo, acolilladora, planeadora y las herramientas de talla.

Si el artesano ejecuta únicamente el trabajo de la talla recibiendo las piezas ya elaboradas con anterioridad, entonces bastará con tener un banco de trabajo con 2 prensas y todo el equipo de herramientas manuales para talla.

6. Herramientas y equipo

Vale la pena aclarar antes de entrar a describir las herramientas, la importancia que tiene el proceso de afilado de las mismas para obtener un óptimo resultado en la talla. De esto dependerá la calidad del producto terminado. Los cortes deben dejar la madera prácticamente lista para aplicar el acabado. La madera no deberá presentar en su talla alteraciones tales como fibras sueltas o despeinadas.

6.1. Herramientas básicas:

La característica principal en las formas de las herramientas manuales utilizadas en la talla bidimensional es que el mango es alargado y la hoja plana y larga. Las herramientas para la talla tridimensional son más cortas y gruesas en su hoja. El mango presenta una virola al final para recibir los golpes del mazo.




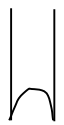
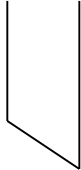


Herramienta para
talla
tridimensional



Herramienta para
talla
bidimensional

Nombre herramienta	Silueta de la figura
Gubia recta	

<p>Buril</p>	
<p>Bocelador</p>	<p>Figura curva</p> 
<p>Isabelina</p>	<p>Figura de media caña de 3 mm</p>
<p>Escoplo</p>	<p>Figura panda grande</p>
<p>Rizadora</p>	<p>Figura en u de 3 mm</p>
<p>Sesgo</p>	<p>Figura en diagonal derecha e izquierda</p> 

Equipo básico de trabajo:

Nombre	Función
Mazos de madera	Golpes de percusión
Piedras de afilar	Afilado de todas las herramientas
Portaherramientas	Protección del afilado de las
Banco de trabajo	Sostener la pieza y realizar el trabajo
SERRUCHO	Corte de la madera
Marco para segueta	Corte de la madera
Garlopa alisadora	Planear la madera
Cepillo de raspar	Dar acabados
Escuadra de precisión	Verificación de perpendicularidad
Flexómetro	Dimensionar la figura
Reglas metálicas	Dimensionar la madera
Taladro de árbol	Realizar orificios previos
Caladora	Calados
Sinfín	Delinear la figura
Sierra circular	Preparación de la pieza de madera
Esmeril	Afilar las herramientas
Lijas	Acabados
Prensas	Sujeción de las piezas
Taladro	Iniciar orificios para calar

7. Afilado de las herramientas

Estas características se verán reflejadas en una talla bien recortada, sin repiques o repasadas con las gubias, conservando los filos propios de la talla.

Es frecuente que durante la utilización de las herramientas, éstas se desgasten perdiendo su filo, pero si están correctamente afiladas se maximizará el tiempo de trabajo. El correcto despalme o parte posterior del lado afilado de las herramientas, evitará que el filo desaparezca rápidamente. Este deberá tener un ángulo entre 25 ° a 30 °.

El filo de las herramientas debe ser pulido luego de haber logrado el correcto afilado. Se recomienda realizar este trabajo valiéndose de piedras de afilar lubricándolas con aceites. Otra opción es utilizar lijas de agua No 360 a 400.

La calidad del acero con que se fabriquen las herramientas, es importante que sea denso, pues se mantendrán afiladas por más tiempo.



Movimiento semicircular



8. Prensado de la pieza

Existen varias maneras de prensar las piezas de madera sobre el banco de trabajo para dar inicio al proceso de talla:

1. Prensas en C de 1 pulgada a 24 pulgadas.
2. Prensa rápida de 6 pulgadas a 24 pulgadas.
3. Prensa de gatillo
4. Prensa de banco de varios tamaños
5. Prensa de cuña

9. Proceso de la talla tipo bidimensional

9.1. Picar

En esta primera operación, luego de tener las herramientas afiladas y la pieza de madera prensada, generalmente se realiza con los buriles definiendo las partes de la talla que van en alto relieve. Igualmente se puede picar con las gubias semi planas.

9.2. Fondear el bajo relieve

Con los formones en el caso de necesitar una superficie lo suficientemente grande que rodee las formas que están en alto relieve.

9.3. Modelar el alto relieve

Con las gubias se modelan las figuras cóncavas y convexas que se presenten en el alto relieve o sea las figuras que el observador percibe que están adelante con

relación a las que están atrás o en el fondo del dibujo. Estas pueden ser hojas, tallos, volutas, conchas, animales o figuras geométricas.

9.4. Recortar o delinear

Se realiza con los formones y gubias. Este proceso permite limpiar la pieza delineando más las figuras y cuidando los detalles en las uniones e integración de figuras o formas entre sí.

9.5. Decorado

Por medio de las herramientas que bocelan es decir que dan una redondez a las figuras y a la talla en general en sus bordes externos. Integran toda la talla. Igualmente se utiliza la rizador que da detalles a las figuras por ejemplo a las hojas con las nervaduras. Permite realizar otros detalles que son definitivos en la integración de la pieza tallada.

10. Proceso de la talla tipo tridimensional

10.1. Picar

En esta primera operación, luego de tener las herramientas afiladas y la pieza de madera prensada, generalmente se realiza con los buriles definiendo las partes de la talla que van en alto relieve. Igualmente se puede picar con las gubias semi planas.

10.2. Modelar el alto relieve

Con las gubias se modelan las figuras cóncavas y convexas que se presenten en el alto relieve o sea las figuras que el observador percibe que están adelante con relación a las que están atrás o en el fondo del dibujo. Estas pueden ser hojas, tallos, volutas, conchas, animales o figuras geométricas.

10.3. Recortar o delinear

Se realiza con los formones y gubias. Este proceso permite limpiar la pieza delineando más las figuras y cuidando los detalles en las uniones e integración de figuras o formas entre sí.

10.4. Decorado

Por medio de las herramientas que bocelan es decir que dan una redondez a las figuras y a la talla en general en sus bordes externos. Integran toda la talla. Igualmente se utiliza la rizador que da detalles a las figuras por ejemplo a las hojas con las nervaduras. Permite realizar otros detalles que son definitivos en la integración de la pieza tallada.

11. Acabados

Antes de aplicar el acabado deseado se revisa la pieza para determinar si es necesario lijar o no. Si la talla se deja al natural lo recomendable es no lijar pues las figuras de la talla se redondean perdiendo la finura de los filos y bordes.

Las piezas deben estar completamente libres de polvo, viruta o grasa en su superficie para que el acabado se adhiera o penetre bien en el poro de la madera. Antes de nombrar los diferentes tipos de acabados se recomienda que el brillo logrado sea semi mate o semi brillante. Se aplican los siguientes acabados a las piezas talladas:

11.1. Natural

Si el deseo es dejarla completamente natural, ésta deberá por lo menos tener en su superficie el aceite mineral cuya función es de humectar y nutrir la madera para que se mantenga y de un aspecto visual y al tacto agradable. Debe presentarse suave al tacto. Si se requiere lijar proceder desde la lija No 80 a la lija No 400, limpiando entre lijada y lijada con un trapo seco y limpio frotando fuertemente la madera para sacarle el brillo natural.

11.2. Aceites y ceras

Dentro de los aceites que recibe adecuadamente la madera está el aceite mineral, aceite de linaza y aceite de higuera, de tung, los cuales actúan sobre la madera humectando y permiten ver las vetas con más detalla.

Estos líquidos dan a la madera suavidad al tacto, protegen contra la humedad y pueden ser un comienzo para darles luego un acabado.

La aplicación de las ceras como la cera de abejas se aplica luego de tener la madera muy bien lijada utilizando la lija No 400. Se aplica con trapo o con la mano directamente sobre la talla frotando en círculos para que penetre correctamente. Se deja secar la cera y luego se frota fuertemente con un trapo seco hasta sacar el brillo deseado.

11.3. Goma laca o tapón

Se aplica esta resina mediante una almohadilla de algodón haciendo figuras de ochos sobre la madera. Se aplican varias capas dependiendo del brillo deseado. Entre capa y capa se lija suavemente hasta obtener una superficie suave al tacto.

11.4. Tintillado

Teniendo la base de la madera preparada se aplica el tinte del color deseado. De preferencia puede ser un tinte de origen vegetal o mineral. También se puede aplicar tinte de tipo industrial pero la madera sufrirá con el paso del tiempo deterioros que le hacen perder sus propiedades.

Los tintes de origen vegetal o mineral se aplican entonces en cuantas capas se desee, si la intención es tapar completamente la madera y obtener un color

compacto. De lo contrario si se desea un color translucido o transparente que deje ver la veta de la madera, se aplicará bien diluido en agua o en alcohol.

Al secar cada capa se lija entre cada una de ellas limpiando con un trapo seco y retirando el polvo que se levanta.

Por último se aplica sobre la tintilla la cera de abejas o goma laca y se brilla lo suficiente hasta obtener un acabado semi mate o semi brillante. La cera permitirá acentuar el color del tinte sobre la madera.

11.5. Hojillado

Aunque esta técnica es una de las más antiguas utilizadas para embellecer, dar realce y estatus a las tallas ornamentales, vale la pena nombrarla como parte de los recubrimientos que los artesanos dan a las piezas talladas hoy día, las cuales requieren una restauración o simplemente se aplica por la demanda del mercado en forma exclusiva. Es un acabado exigente por el costo de la hojilla de oro de 14 y 18 kilates o en plata.

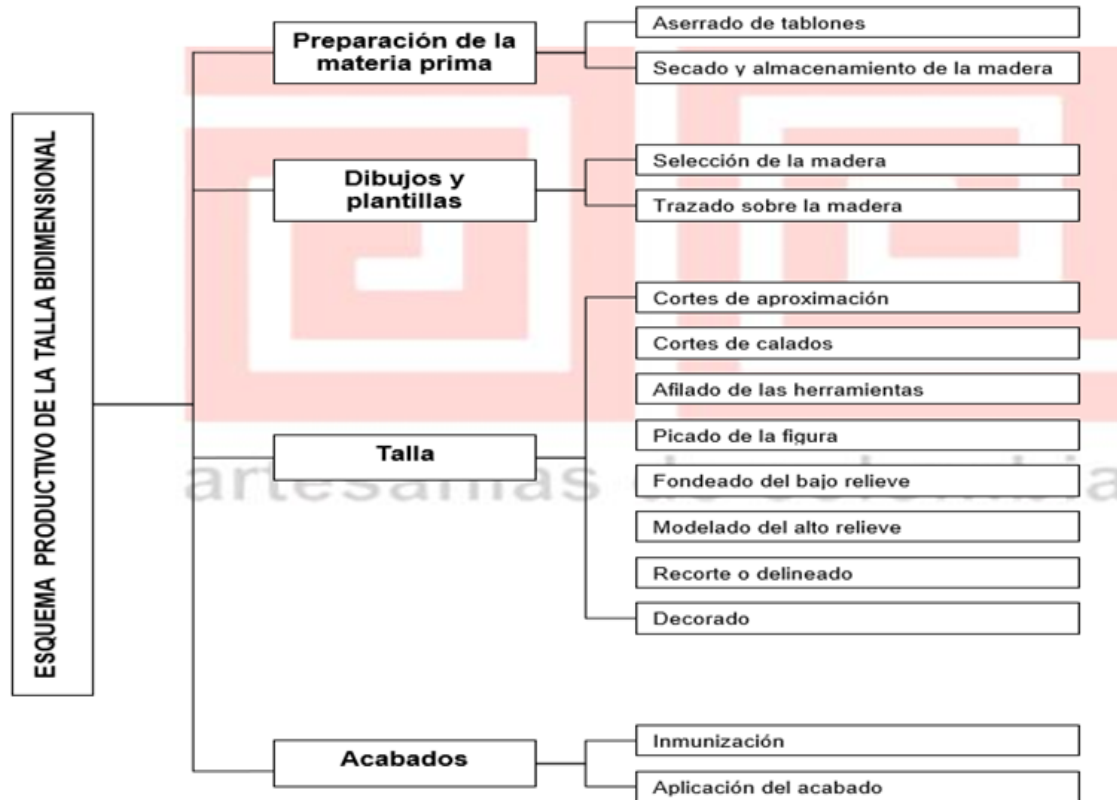
Se prepara el material de la talla para ser recubierta en primera instancia con yeso, gesso o caseína blanca, la cual recubrirá la madera en su totalidad sin dejar los poros abiertos, lijando entre las capas que se apliquen. Antes de aplicar la hojilla se aplica una base de color o bolo, que por lo general es amarillo ocre o rojo colonial o del color que se desee contrastar con la hojilla. Se aplica en pequeños trozos hasta recubrir la totalidad de la superficie, adhiriéndose por medio de adhesivos a base de goma laca. Se retiran los excedentes con una brocha y se brilla frotando la superficie suavemente con un bruñidor.

11.6. Pátinas

Se aplican por general con la intención de imitar el paso del tiempo o envejecido o imitando el dorado del hojillado. Son a base de ceras y se aplican teniendo cuidado de no excederse en la cantidad pues el polvo se adhiere a la cera dando un aspecto sucio a la pieza tallada.

El aspecto brillante de las pátinas se logra frotando fuertemente un trapo seco sobre la pieza. Para el envejecido se puede utilizar betún de Judea o bicromato de potasio.

12. Esquema productivo Talla bidimensional



13. Esquema productivo Talla tridimensional



Defectos menores

Teniendo en cuenta que se trabaja con maderas que en ocasiones no se encuentran secas del todo, éstas pueden rajarse o abrirse en sus extremos cuando se trata de tabloncillos de 4 CMS de espesor. O bien abrirse cuando se trata de un bloque para tallar una escultura. Esta puede ser pequeña o grande igual la madera buscará expandirse.

DEFECTOS	SOLUCIONES
Rajaduras producidas por el Cede	Colocación de una cuña
Roturas	Verificar que no pierda pedazos ajar volver a
Grietas que afectan el	Abrir la grieta y rellenar con polvillo de la misma pieza.
Talla de sustitución	Estudiar el ornamento y tallar el faltante Espigar la pieza para encajarla

- En este punto hay un límite en el cual la pieza es aceptada o rechazada y dependerá de la intervención que reciba la madera y de la calidad con que esté realizada.
- Se rechazará una pieza cuando ésta sea notoria visualmente y al tacto se sienta la superficie bastante irregular.
- Cuando definitivamente el acabado se haya deteriorado lo suficiente que no permita ver la pieza en su conjunto.
- Cuando la pieza que se ha roto, se haya perdido del todo y se vea evidente el faltante.

15. Determinantes de Calidad para el producto terminado

- La madera que se utilice debe estar seca y en lo posible inmunizada.
- La madera tallada debe ser la adecuada para la talla teniendo en cuenta la lista que anteriormente se mencionó, nos referimos
- especialmente a los tipos de cedros que se encuentran en el mercado de las maderas.
- Si la pieza tallada presenta uniones en la madera, éstas deben estar unidas por ensamblajes que sean imperceptibles a la hora de aplicar el trabajo y el acabado. No debe presentar puntillas ni tornillos.
- La talla en su parte de composición artística debe presentar un buen manejo del volumen, es decir que sea evidente a los ojos del observador que hay altos y bajos relieves y que además sean coherentes entre sí.
- La talla sea ornamental o geométrica debe reproducir el movimiento continuo de las líneas y detallas de los dibujos.
 - En cuanto a la parte técnica, el corte debe ser limpio, sin intervenciones que dañen el diseño interrumpiendo la continuidad del movimiento que se genera al tallar las figuras. La talla en general no debe presentar mugre,

astillas o rastros de madera en los surcos o hendiduras. Se deben evitar las huellas bruscas de las herramientas sobre la madera, a menos que la intención del tallador sea darle a la superficie de la pieza una apariencia rústica.

- Cuando se trata de una figura simétrica tallada en un friso o retablo, el dibujo debe tener una distribución proporcional y simétrica en sus dos mitades.
- La madera no debe presentar grietas, rajaduras y en lo posible nudos. □ El acabado que se presente debe ser pulido teniendo en cuenta que al pasar la mano, las formas talladas en volúmenes, sean suaves, sin sentir la madera carrasposa o con el poro muy abierto.
- En el caso de aplicar goma laca o lacas, evitar los excesos que dejen gotas en la superficie.
- El color en los acabados debe ser homogéneo y es preferible que los tintes permitan ver las vetas de la madera.
- La parte posterior de las tallas bidimensionales deben estar igualmente acabadas o por lo menos evitar que la madera esté sin lijar.

16. Condiciones de empaque y embalaje

Para el empaque y transporte, se recomienda envolver las piezas talladas con película plástica de burbujas o empacar las piezas con película autosellante. El embalaje en cajas de cartón corrugado. No se recomienda utilizar papel periódico pues es abrasivo al contacto con las piezas De madera.

17. Glosario

- Acabado: Tratamiento final, aplicado a la madera para darle lustre, color y protección.
- Afilado: Rebajar o desgastar la hoja de la herramienta en un ángulo agudo para que realice cortes a la madera.
- Conchas: Formas típicas de la talla ornamental.
- Despalmar: Retirar parte del acero de la parte posterior de las herramientas.
- Fondear: Aplanar la superficie del bajo relieve.
- Picado: Proceso inicial de la talla.
- Lañar: Utilizar un hilo de madera para rellenar una grieta.
- Repiques: Errores en la proceso de tallado donde se repasa la figura con las gubias.
- Recortar: Proceso de recorte de la madera con las herramientas sobre la madera.
- Resanar: Similar a lañar utilizando polvillo de madera y colbón.
- Veteado: Diferentes tonalidades de la textura de la madera que se observan cuando se pule.
- Volutas: Formas en espiral, típicas de la talla ornamental.

18. Bibliografía

ANTHONY DENNING. Enciclopedia de Técnicas de la Madera. 1997, Editorial Acanto, S.A. Barcelona

JUNAC. Manual del Grupo de la Madera y sus Aplicaciones. 1989. Biblioteca de la Universidad Distrital. Colombia

CENTRO NACIONAL DE LA MADERA. Servicio Nacional de Aprendizaje Sena.

ALBERTO ARANGO JONSON. Secado de la Madera. 1998. Antioquia. Colombia.

Agradecimientos: Maestro de la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo. Nicolás Molano.

Maestro de la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo. Juan Francisco Robayo

Maestro de la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo. Yecid Robayo

Maestro Norberto Bohórquez

ANEXO Q. Manual de buenas prácticas ambientales, las 3R y separación de residuos.

- Manual De Buenas Prácticas Ambientales:
 - ✓ Tener en cuenta el medio ambiente durante el aprovisionamiento, mediante la elección de materiales que provengan de explotaciones controladas y suministradas con certificación ambiental.
 - ✓ La maquinaria se ubicará evitando la emisión de ruido exterior.
 - ✓ Se contará con las instalaciones eléctricas debidamente aisladas, protegidas y fijas.
 - ✓ Evitar fugas y goteras por ejemplo en los grifos.
 - ✓ No apagar ni encender con frecuencia la luz fluorescente, puesto que el mayor consumo de energía se da al incendio.
 - ✓ Se usarán productos amigables con el medio ambiente y la salud tales como limpiadores con elementos biodegradables y sin fosfato, y barniz con base acuosa.
 - ✓ Disponer de un lugar de almacenamiento de limpiadores, barnices, aceites y lubricantes con señalización, alejado de fuentes de calor y de acopio de material combustible.
 - ✓ Gestionar como residuos peligrosos los envases que contengan barnices, aceites y lubricantes, prestando atención a las fugas que estos puedan tener.
 - ✓ Prestar atención al polvo y virutas, ya que son un residuo fácilmente inflamable, en determinados casos pueden producir graves enfermedades y contaminaciones, motivo por el cual se propuso vender la viruta de madera a gestores autorizados por el DMA.
 - ✓ Separar los residuos de madera, polvo y aserrín, deben ser clasificados y almacenados en recipientes separados e identificados.
 - ✓ Utilizar sistemas de depuración para partículas de polvo emitidas como el uso de extractores de aire.
 - ✓ Tener en funcionamiento los equipos el tiempo imprescindible para reducir la emisión de ruido.
 - ✓ Entregar a un gestor autorizado de los residuos administrativos como los depósitos de tinta de impresión, Cd's , pilas y luminarias para su manejo.
 - ✓ Utilizar los productos químicos en cantidades mínimas recomendadas por el fabricante, a fin de evitar el riesgo de contaminación de agua y aire.
 - ✓ Evitar el vertido de barniz, grasas y lubricantes de maquinaria a la red de saneamiento público.
 - ✓ Los solventes contaminados, producto del mantenimiento de la máquina, si los hay, serán almacenados en recipientes cerrados para ser entregados al gestor respectivo.
 - ✓ Realizar con cuidado los procesos de barnizado ya que son operaciones de gran impacto ambiental.
 - ✓ Optimizar el corte de la madera para tener un mayor aprovechamiento y no generar desperdicios de material el cual su materia prima genera un gran impacto ambiental.

Deyssy Arias

- ✓ Reutilizar los recortes de madera, para esto se harán productos en la técnica de segmentación y laminado de madera.
- ✓ Reducir al máximo el embalaje para transporte entre almacén y el cliente, para generar menos residuos y ahorrar materiales de empaçado.

- 3R - Reducir, Reutilizar y Reciclar:



REDUCIR

Disminuir la cantidad de residuos generados, restringiendo el consumo de los recursos que utilizamos.

Todo aquello que se compra y se consume tiene relación directa con los desperdicios y con el bolsillo.

- ¿Cómo hacerlo?

*Elegiendo productos con pocos envoltorios.

*Usando envases retornables.

*Comprando solamente lo necesario.

*No dejar la luz encendida si no se está en el lugar, cerrar bien el grifo después de utilizarlo.

*Tomando decisiones responsables por ejemplo, en vez de comprar 6 botellas pequeñas de pintura, se puede conseguir una o dos grandes, teniendo el mismo producto pero menos envases.



REUTILIZAR

Poder volver a utilizar las cosas. Se puede reutilizar un producto para la misma idea que fue concebido o darle un nuevo uso al residuo y darles la mayor utilidad posible antes de que llegue la hora de desecharlo. Así mismo contribuir para la disminución del volumen de la basura y la economía de la empresa.

- ¿Cómo hacerlo?

*Usando las hojas de ambos lados y las que no tachar el lado usado que ya no se necesita y reutilizar por el otro lado.

*Reutilizar los retazos de madera.

*No maltratar las cajas para poder reutilizarlas.

* Guardar y reutilizar sobres.



RECICLAR

Debe ser la última opción si es que las otras dos R's no funcionaron o en su defecto, el reciclaje es inevitable.






El reciclaje es una manera de aprovechar los materiales, sin embargo hay que recordar que al reciclar se gasta energía y se contamina al reprocesar. La mayoría de todos los materiales que usamos pueden ser reciclados y usados en otras aplicaciones.

“Es nuestro compromiso reciclar lo mayor posible y disminuir la producción de basura.”

- Separacion De Residuos:

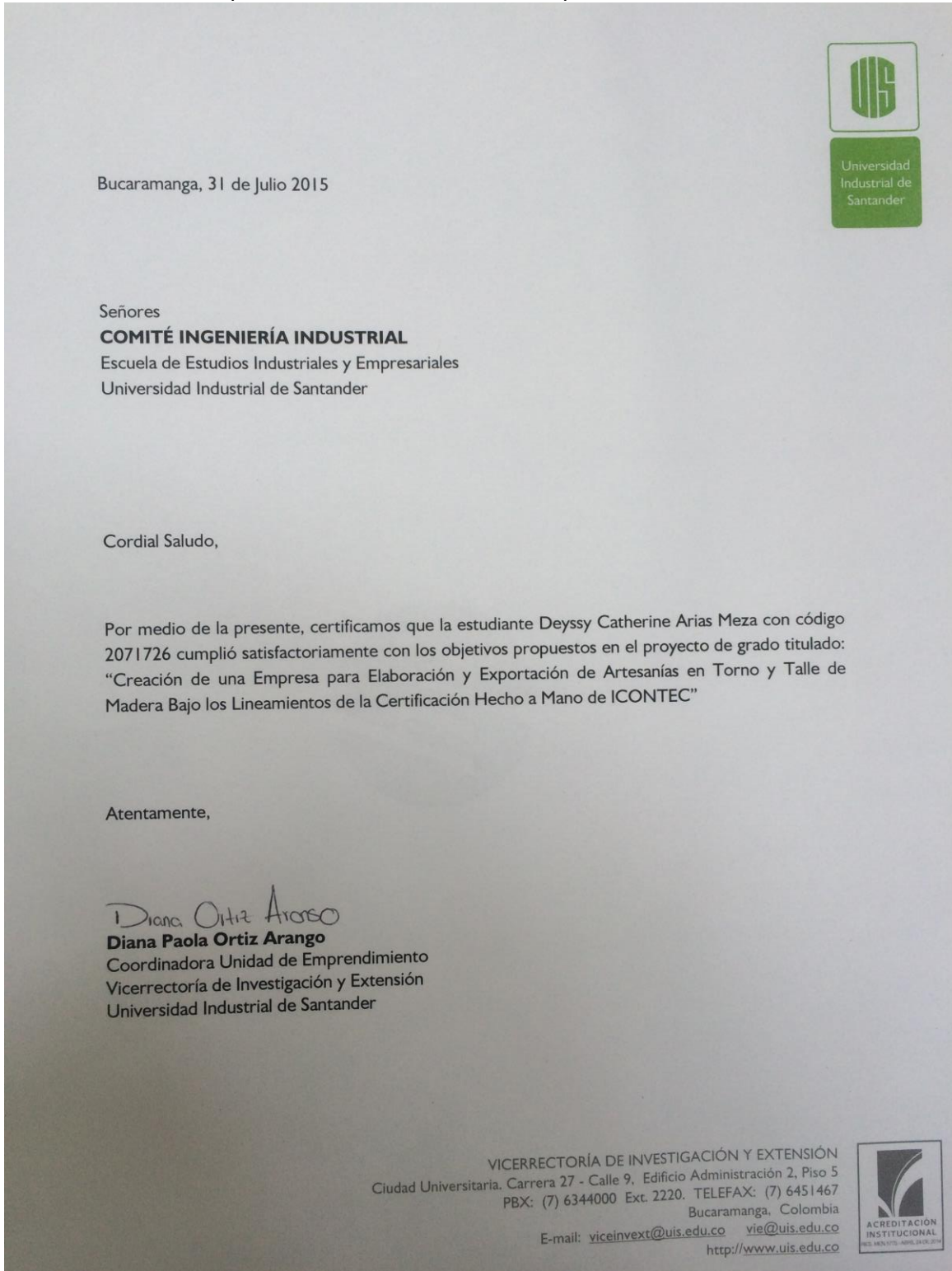


SEPARACIÓN DE RESIDUOS

RECICLABLES		NO
<p>Papeles Sobres Diarios Revistas</p>	 PAPEL	<p>Etiquetas Adhesivas Papel higienico Papel encerado Cajas con alimento</p>
<p>Cajas y Envases Carpetas y cuadernos Tetra Briks Bolsas Carton liso y/o corrugado limpio y seco</p>	 CARTON	<p>Carton Sucio Vasos de carton Encerados</p>
<p>Botellas Sachets Vasos, platos y cubiertos Bolsas de Nylon Pet</p>	 PLASTICO	<p>Envases con restos en su interior</p>
<p>Botellas Vasos Platos</p>	 VIDRIO	<p>Bombillos Tubos Fluorecentes Espejos Vidrios Rotos</p>
<p>Latas de aluminio Articulos de hierro Llaves</p>	 METAL	

ANEXO R. Carta y Estructura de proyecto fondo emprendedor.

- Carta De Cumplimiento Estructura Fondo Emprender



- Estructura de proyecto fondo emprender

MERCADO	
Investigación de Mercados	
CONCEPTO	CONTENIDO
Definición de Objetivos	Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.
Justificación y Antecedentes del Proyecto	Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto
Análisis del Sector	Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
Análisis de Mercado	Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países);Relacione los productos sustitutos y productos complementarios
Análisis de la Competencia	Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.
Estrategias de Mercado	
CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Producto ó Servicio	Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia
Estrategias de	Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas

Distribución	relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.
Estrategias de Precio	Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.
Estrategias de Promoción	Explique ó describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)
Estrategias de Comunicación	Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.
Estrategias de Servicio	Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.
Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas(Producto, Precio, Plaza, Promoción)
Estrategias de Aprovisionamiento	Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos
Proyecciones de Ventas	
RECUADRO	

Proyección de Ventas y Política de Cartera	Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cual es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.
OPERACION	
Operación	
CONCEPTO	CONTENIDO
Ficha Técnica del Producto ó Servicio	Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.
Estado de Desarrollo	Describa del estado del arte del bien o servicio ó el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar
Descripción del Proceso	Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)
Necesidades y Requerimientos	Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.

Plan de Producción	Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades,.....quinto mes = 300 cajas de 50 unidades,sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, ... mes n= 1000 cajas de 50 unidades
Plan de Compras	
RECUADRO	CONTENIDO
Consumos Por Unidad de Producto	Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.
Costos de Producción	
CONCEPTO	CONTENIDO
Costos de Producción	Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. \$/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal . En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.
Infraestructura	
CONCEPTO	CONTENIDO

Infraestructura	Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada máquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.
Parámetros Técnicos Especiales	Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.
ORGANIZACION	
Estrategia Organizacional	
CONCEPTO	CONTENIDO
Análisis DOFA	El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.
Organismos de Apoyo	Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.
Estructura Organizacional	
CONCEPTO	CONTENIDO
Estructura Organizacional	Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.
Aspectos Legales	
CONCEPTO	CONTENIDO
Constitución Empresa y	Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de

Aspectos Legales	los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.
Costos Administrativos	
CONCEPTO	CONTENIDO
Gastos de Personal	Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.
Gastos de Puesta en Marcha	Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.
Gastos Anuales de Administración	Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.
FINANZAS	
Ingresos	
CONCEPTO	CONTENIDO
Fuentes de Financiación	Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando si se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc), plazo, forma de pago, tasa de interés etc. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.
Formatos Financieros	Baje y diligencie los archivos de Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (para n años) deberán estar en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso n podrá ser inferior a 2, una vez diligenciados los formatos utilice la opción que el sistema ofrece para subirlos.
Egresos	

CONCEPTO	CONTENIDO
Egresos	Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.
Capital de Trabajo	
CONCEPTO	CONTENIDO
Capital de Trabajo	Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc (costos operacionales).
PLAN OPERATIVO	
Plan Operativo	
CONCEPTO	CONTENIDO
Cronograma de Actividades	Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.
Metas Sociales	
CONCEPTO	CONTENIDO
Metas Sociales del Plan de Negocio	Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio
Plan Nacional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digitar obligatoriamente)
Plan Regional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digitar obligatoriamente)

Cluster ó Cadena Productiva	Indique a que cluster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en que fase de la cadena se integra digitar obligatoriamente
Empleo	Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población Vulnerable" cumple, si es el caso.
Emprendedores	Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaria para cada uno .
IMPACTO	
CONCEPTO	CONTENIDO
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental	Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento
RESUMEN EJECUTIVO	
Resumen Ejecutivo	
CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Negocio	Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.
Potencial del Mercado en Cifras	Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio
Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.
Resumen de las	Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender

Inversiones Requeridas	
Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.
Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.
Equipo de Trabajo	
CONCEPTO	CONTENIDO
Resumen Ejecutivo	Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.
ANEXOS	
CONCEPTO	CONTENIDO
Anexos	Documentos relacionados con el plan de negocio

ANEXO S. Matriz PCI

• Capacidad Directiva

Clasificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Directiva	9	2	1	6	0	0	9	6	0
Liderazgo	x						x		
Planeación estratégica	x						x		
Sistema de seguimiento y evaluación.		x		x				x	
Sistema de información.			x	x				x	
Estructura organizacional Establecida.	x						x		

• Capacidad Competitiva

Clasificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Competitiva	9	6	1	0	2	6	9	6	0
Entrega de productos de calidad que se adaptan a las necesidades particulares de cada cliente.	X						x		
Publicidad y mercadeo		x				x		x	
Competitividad por precios		x					x		
Calidad del servicios	x						x		
Participación del mercado			x		x			x	
Previsión de ventas		x				x		x	

• Capacidad Financiera

Clasificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Financiera	12	6	1	3	2	1	12	2	1
Liquidez		x		x			x		
Capacidad de endeudamiento	x				x				x
Actividad (rotación de cartera)		x				x	x		
Estabilidad de costos			x					x	

Clasificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Financiera	12	6	1	3	2	1	12	2	1
Capacidad para satisfacer la demanda	x								
Capacidad para competir con precios	x						x		
Rentabilidad, retorno de la inversión	x						x		

• : Capacidad Tecnológica

Clasificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Tecnológica	18	4	2	3	4	0	21	2	1
Información Sistematizada		x		x			x		
Equipos de comunicación			x		x				x
Capacidad de innovación	x						x		
Maquinaria Para Transporte			x		x		x		
Investigación y desarrollo	x						x		
Infraestructura	x							x	
Valor agregado al producto	x						x		
Nivel de tecnología utilizado en los productos.		x							
Calidad de mano de obra en el producto.	x						x		
Efectividad de la producción y programas de entrega.	x						x		

• Capacidad Del Talento Humano

Clasificación	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Capacidad Del Talento Humano	15	0	1	3	0	0	9	2	2
Mano de obra calificada disponible en el sector			x	x			x		
Prestaciones Sociales	x							x	
Ambiente Laboral	x								x
Motivación Laboral	x								x
Programa De Salud Ocupacional	x						x		
Responsabilidad Ambiental	x						x		

• Priorización del Perfil de Capacidad Interna

Capacidad	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Directiva	x						x		
Competitiva	x						x		
Financiera	x						x		
Tecnológica	x						x		
Talento Humano	x						x		

ANEXO T. Proceso productivo.

- Trabajo En Torno

El trabajo en el torno se resume en la imagen 1:

Imagen 1: Secuencia del proceso en torno.



- Fichas:

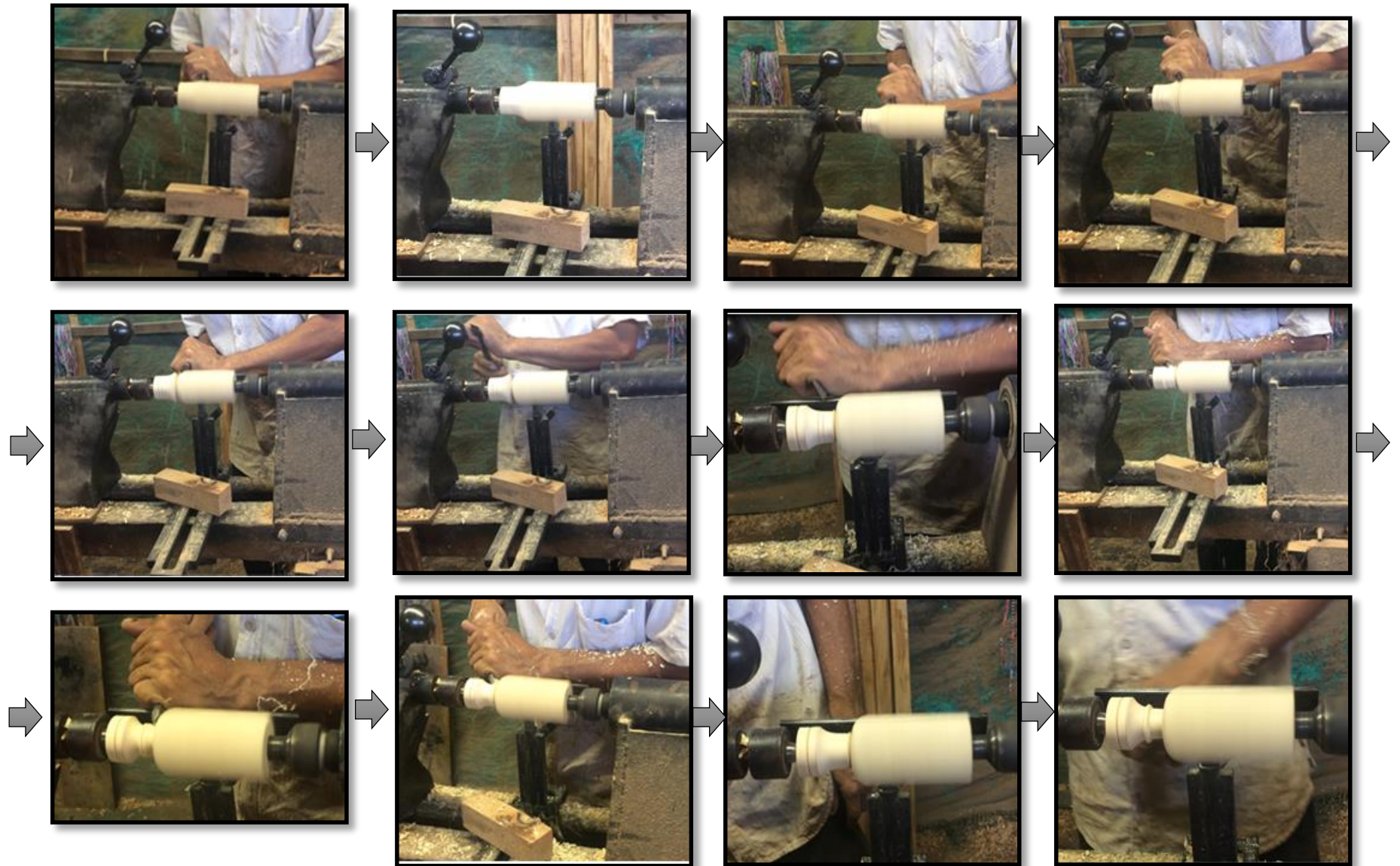
Se cortan los 32 cubos de madera en la sierra con dos medidas de Largo: 4CM x Ancho: 4CM x Alto: 13CM y Largo: 4CM x Ancho: 4CM x Alto: 7CM como se ve en la imagen 1.

Imagen 1: Cubos De Madera Para Las Fichas.



Se tornean las bases de las piezas según el torneado que se quiera dejar en la base, a continuación en la imagen 2, se presenta una secuencia fotográfica de este proceso:

Imagen 2: Secuencia De Imágenes Del Torneado Una Ficha De Pieza De Ajedrez.



Deyssy Arias

Finalmente la ficha se vera como en la imagen 3:

Imagen 3: Ficha terminada en torno.



- Tablero:

La base de 32 cuadritos, de los caules 16 seran de en madera de moncoro y 16 en madera de cedro. Se parten de 8 tablones de 5X5X17 de los cuales la mitad es en moncoro y la otra mitad en cedro, se sepillan hasta dejar un grosor de 3mm y se recortan en 32 cuadritos de 5X3X5.

Adicional se cortan en 8 tablones de 5X5X17 en pino, donde se van a pegar los cuadritos de madera para darle forma a las filas de los escalones.

Se corta dos tablas mas de 40CM x 17CM para hacer el frente del puente, se dibuja el puente en la tablas y se recorta una vez mas.

Finalmente se ensanblan todos los tablones recortados y se forma el tablero, después de estar armado el tablero se pinta con sellador catalizado y laca brillante.

- Trabajo En Talla

Después de estar torneada la base de la pieza como se ve en la imagen 3, el tallador imprime su arte y le da forma a la pieza según el diseño, en este caso indígenas y españoles.

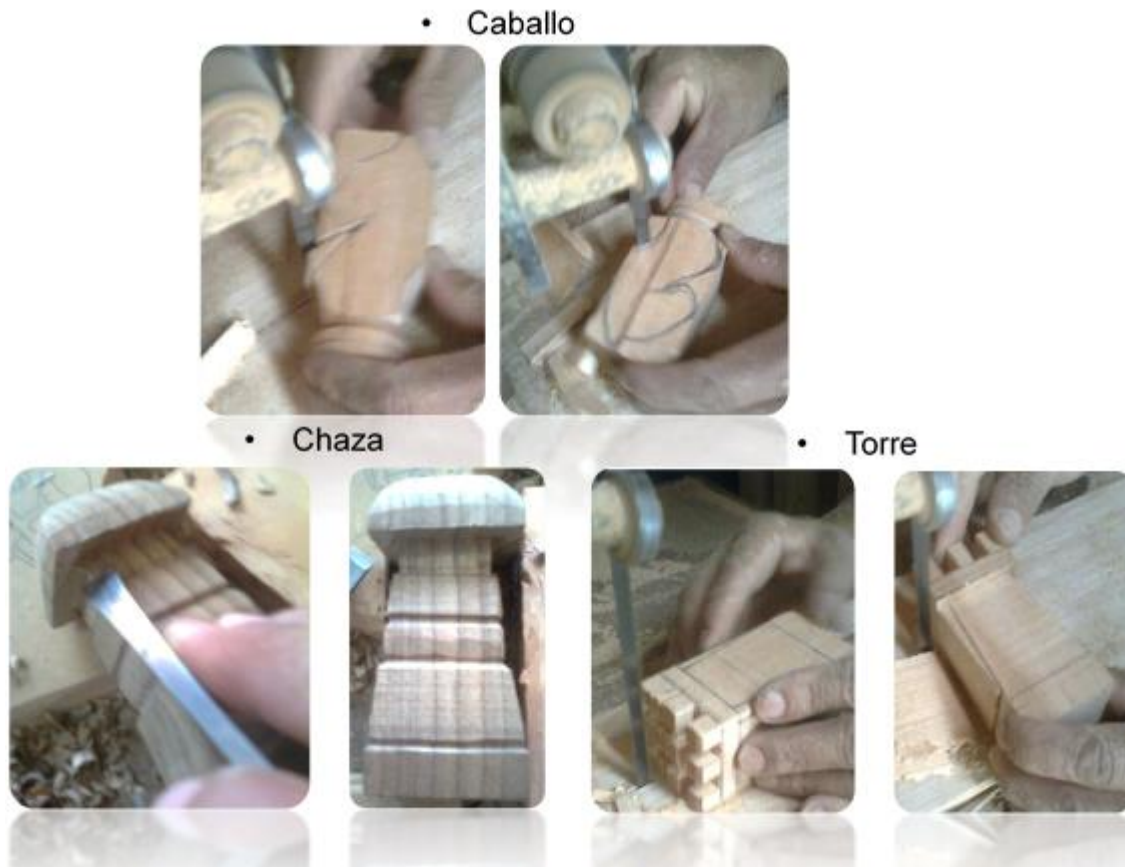
El trabajo en la talla se resume en la imagen 8:

Imagen 8: Secuencia del proceso en talla.



Despues de realziar el molde sobre la pieza algunas fichas como las torres, las chazas, los caballos y las llamas se pasaron por la sierra sin fin para marcar la silueta de la ficha como se observa en las imagen 9:

Imagen 9: Fichas pasadas por la caladora de mano



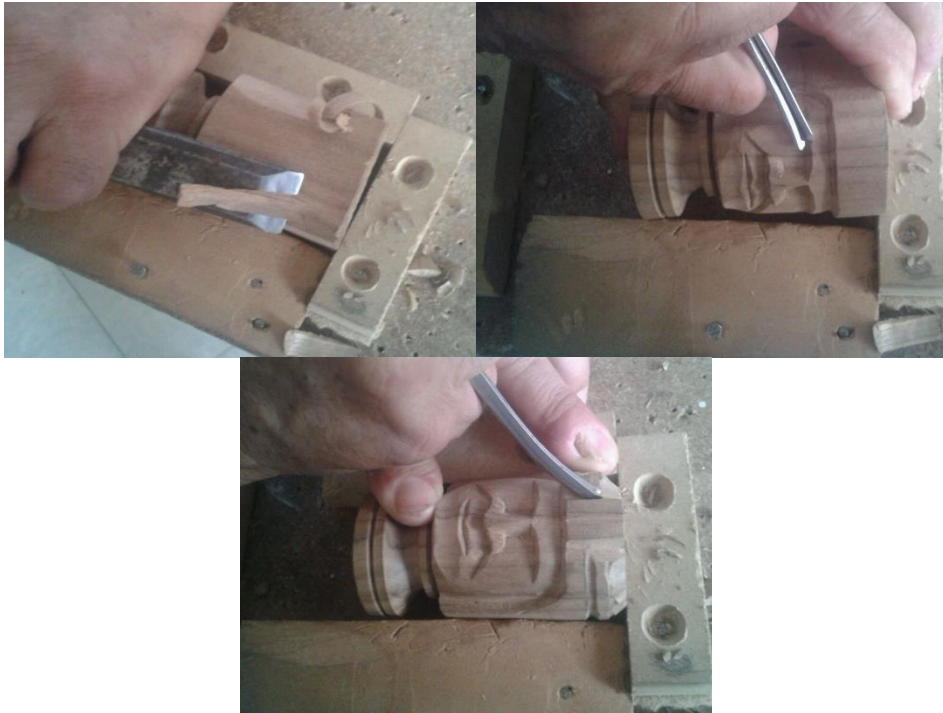
Las fichas como los peones, alfiles y los reyes se desbastaron desde el principio de forma manual para darle forma de escultura a las piezas. A continuación en la imagen 10 se muestra la secuencia del tallado de una de las fichas del ajedrez, la reina indígena.

Imagen 10: Secuencia de tallado del peón indio.

- Molde en papel.



- Talla de la pieza.



- Peón terminado.



- Todo producto artesanal realizado bajo los lineamientos de la norma Hecho A Mano lleva una etiqueta, para los productos de la empresa se verán como en la imagen 1 e imagen 2. Todos los productos exportados tendrán la etiqueta en inglés (imagen 2).

Imagen 1: Etiqueta en Español



Imagen 2: Etiqueta en inglés



Deyssy Arias

- Costo.

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Pino	38336	0	\$ 4.047
Cedro	24048	0	\$ 3.073
Moncoro	24048	0	\$ 2.164
Laca Brillante Catalizada	0	20900	\$ 2.613
Lija 220	2	250	\$ 500
Sellador Catalizado	0	16590	\$ 2.074
Envió	1	90000	\$ 90.000
Embalaje	1	5000	\$ 5.000
Minutos Hombre Embalaje	5	93	\$ 463
Minutos Hombre Torno	694	93	\$ 64.281
Minutos Hombre Talla	1920	93	\$ 177.940
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	384207	\$ 384.207
Costo Total			\$ 736.362

- Costo total y precio de venta.

Nombre	Costo Unitario	Web	Importador	Boutique
Ajedrez Batalla De Boyacá	736362	5155000	2209000	1473000

ANEXO U. Logística De Exportación

- Servicio De embarque Marítimo En Colombia:

Ciudad Origen	Puerto	Tiempo De Transito Directo(Días)	Tiempo De Transito Conexiones (Días)	País Destino	Destino Final
Bogotá	Barranquilla		32	Bremen	Alemania
	Buenaventura		27		
	Cartagena		31		
	Santa Marta		21		
	Barranquilla		23-26	Bremerhaven	
	Buenaventura		21-26		
	Cartagena		21-25		
	Santa Marta		15		
	Barranquilla	16	16-26	Hamburgo	
	Buenaventura	19	19-28		
	Cartagena	12 - 14	14-26		
	Santa Marta	13			

Fuente: Procolombia

- Servicio De embarque Aéreo En Colombia.

Ciudad Origen	Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	País Destino	Destino Final
Bogotá	Fedex	Estados Unidos- Memphis	Todos los días	Frankfurt	Alemania
	British Airways	Reino Unido- Londres España- Madrid	Todos los días		
	Martinair	Países Bajos- Ámsterdam	Todos los días		
	Cargolux	Luxemburgo- Luxemburgo	Martes, Viernes y Domingo		
	Alitalia	Estados Unidos- Miami; ItaliaRoma	Todos los días		
	Ltu		Miércoles y Jueves		
	Klm	Francia- París	Lunes a Martes y Jueves a Domingo		
	Centurion Cargo	Estados Unidos- Miami	Lunes a Sábados		

Fuente: Procolombia

- Concepto de los costos para exportación de la artesanía por el servicio marítimo.

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			MARÍTIMO		
			Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
PAIS EXPORTADOR	1	EMPAQUE	0,000		
	2	EMBALAJE	0,000		
	A	VALOR EXW	0,000		-
		<i>Costos Directos</i>			
	3	UNITARIZACIÓN	0,000		
	4	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0,000	-	
	5	DOCUMENTACIÓN	0,000	-	
	6	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,000		
	7	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0,000		
	8	MANIPULEO PREEMBARQUE	0,000		
	9	MANIPULEO EMBARQUE	0,000		
	10	SEGURO	0,000		
	11	BANCARIO	0,000		
	12	AGENTES	0,000		
	<i>Costos indirectos</i>				
13	ADMINISTRATIVOS - Costo indirecto	0,000	-	-	
14	CAPITAL-INVENTARIO	0,000	-	-	
	COSTO DE LA DFI PAIS EXPORTADOR	0,000	-		
	B VALOR : FCA.No Incluye Embarque	0,000	-	-	
	C VALOR : FAS No Incluye Embarque	0,000	-	-	
	D VALOR : FOB	0,000	-	-	
TRANSITO INTERNACIONAL	1	TRANSPORTE INTERNACIONAL	0,000	-	-
	E	VALOR CFR	0,000	-	-
	F	VALOR CPT	0,000	-	-
	1	SEGURO INTERNACIONAL	0,000	-	-
	G	VALOR CF	0,000	-	-
	H	VALOR CIP	0,000	-	-
	1	MANIPULEO DE DESEMBARQUE	0,000		
		<i>Costos indirectos</i>			
	2	CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
		COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL	0,000	-	
	I	VALOR DAP** No Incluye Desembarque	0,000	-	-
J	VALOR DAT	0,000	-	-	
PAIS IMPORTADOR	1	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0,000		
	2	ALMACENAMIENTO	0,000		
	3	SEGURO	0,000		
	C	VALOR DAP***	0,000	-	-
	1	DOCUMENTACION	0,000		
	2	ADUANEROS (IMPUESTOS)	0,000		
	3	AGENTES	0,000		
	4	BANCARIO	0,000	-	
		<i>Costos indirectos</i>			
	5	CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
	COSTO DE LA DFI PAIS IMPORTADOR	0,000	-		
	K VALOR DDP TOTAL	0,000	-	-	

Tabla: Proexport

- Políticas de exportación de artesanías en la empresa Torno & Talla.
 - Envío por unidad del producto⁹³.

- No se necesita Agente Aduanero
- Empacar la mercancía de manera tal que no exceda los 30 kg para exporta fácil EMS internacional y exporta fácil Courier internacional los 50 Kg.
- El envío no debe exceder los 1,5 mts en cualquiera de sus dimensiones así como la suma de la longitud y del mayor contorno tomado en un sentido diferente del de la longitud no debe exceder los 3 mts.
- Revisar el valor declarado de la mercancía no supere los USD \$ 5000.
- Adjuntar vistos buenos.
- Embalar de forma adecuada.
- Valor Flete incluye: El transporte del envío, cargo por combustible, valor del DEX y trámite de exportación, seguro (96% sobre el valor de la mercancía), pago a 30 días por licencia de crédito, recolección en sus oficinas.
- Escoger según la preferencia del cliente:
 - Correo certificado paquetería: Es un producto que a través de una certificación valida judicialmente, prueba la entrega bajo firma del envío en 190 países del mundo.
 - EMS (Express Mail Service): Es un producto expreso de correo con el cual el envío internacional llegarán de forma rápida a 141 países, acompañados siempre con una guía que le da seguimiento y control en todo el trayecto y con la tarifa más económica del mercado.
- Diligenciar la guía de transporte y el formulario: Declaración Exportafácil. Y anexar la factura comercial, carta de responsabilidad antinarcóticos, Rut, documentos adicionales de acuerdo con la naturaleza del producto.
- Guía CP72: para correo certificado, Guía EMS: para Express Mail Service.
 - Envío de muestras⁹⁴.

El termino incoterm para el envío de muestras será FOB (Franco a Bordo), por transporte marítimo y punto de embarque en Santa Marta.

Obligaciones del vendedor:

⁹³ PROESA [En Línea]<<http://www.proesa.org.co/icecomex/images/stories/pdfs/exportafcil.pdf> > [Citado 26 De Abril 2015]

⁹⁴ PROEXPORT[En Línea] <<http://antiguo.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo10753DocumentNo8790.PDF> > [Citado 26 De Abril 2015]

- Entregar la mercancía a bordo del buque elegido por el Comprador en el puerto de embarque convenido.
- Efectuar despacho de exportación.

Obligaciones del Comprador:

- Designar y reservar el Buque.
- Correr con los gastos y riesgos inherentes a la mercancía desde que traspasa la borda del buque.
- Obtener licencias para importación
- Efectuar el despacho de importación de la mercancía.

El precio de la mercancía incluye fletes, seguros, maniobras hasta cruzar la borda del buque y despacho de Export.

El riesgo del vendedor es entregar la mercancía cruzando la “borda” del buque y efectuar el despacho a Export.

El riesgo de responsabilidad del comprador es contratar transfrete y seguro hasta el destino y efectuar el despacho de importación.

- Envío de Mercancía por volumen⁹⁵.

El termino incoterm para el envío de muestras será CIF (Costo, Seguro, Flete), por transporte marítimo y punto de embarque en Santa Marta.

Obligaciones del Vendedor:

- Contratar el buque, siendo por su cuenta el flete y la carga hasta el puerto de destino.
- Efectuar despacho de exportación
- Suscribir una póliza de seguro de protección de la mercancía en el transporte por un importe mínimo del 110% de su valor

Obligaciones del Comprador:

- Aunque el Vendedor contrata y paga el seguro, la mercancía viaja a riesgo del Comprador, quien es el beneficiario de la póliza por designación directa o por el carácter transferible de la misma.
- Efectuar despacho de importación.

⁹⁵ PROCOLOMBIA [En Línea] <
<http://www.procolombia.co/sites/default/files/Tramites%20en%20Comercio%20Exterior%20y%20Normas%20Origen%20TLC%20USA.pdf> > [Citado 26 De Abril 2015]

Deyssy Arias

El precio de la mercancía incluye fletes y seguro hasta puerto de destino, maniobras hasta cruzar la borda del buque y despacho de exportación.

El riesgo del vendedor es contratar transporte y seguro hasta puerto destino, entregar en la "borda" del buque y efectuar el despacho de Export.

El riesgo y responsabilidad del comprador es efectuar el despacho de importación.

ANEXO V. Lista de chequeo para exportación.

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSERVACIONES	(0=NO) (1=O.K.) (2=NO REQUERIDO)
00	INICIE ABRIENDO UNA CARPETA (D/O) PARA EL EMBARQUE			
01	INFORMACION SOBRE EL EMBARQUE			
01.01	ELABORO INSTRUCCIONES SOBRE MANEJO DEL EMBARQUE?			
01.02	LAS CONDICIONES DE EMBARQUE SE AJUSTAN A LOS TERMINOS DE VENTA (INCOTERMS)?			
02	EMPAQUE			
02.01	EL EMPAQUE CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DEL PRODUCTO?			
02.02	EL EMPAQUE CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO DE DESTINO?			
02.03	EL EMPAQUE SE AJUSTA A LAS NORMAS INTERNACIONALES?			
02.04	CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DE CADA MODO DE TRANSPORTE A UTILIZAR?			
02.05	EL MARCADO DEL EMPAQUE CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DEL PRODUCTO, MERCADO Y DEL MODO DE TRANSPORTE?			
02.06	EL MARCADO DEL EMPAQUE CUMPLE CON LAS NORMAS INTERNACIONALES?			
03	EMBALAJE			
03.01	EL EMBALAJE CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DEL PRODUCTO?			
03.02	EL EMBALAJE CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO DE DESTINO?			
03.03	EL EMBALAJE SE AJUSTA A LAS NORMAS INTERNACIONALES?			
03.04	LOS MATERIALES DEL EMBALAJE CUMPLEN CON LOS REQUISITOS DE LA NORMA FITOSANITARIA INTERNACIONAL PARA EMBALAJES DE MADERA NIMF No. 15?			
03.05	EL MARCADO DEL EMBALAJE CUMPLE CON LAS NORMAS DEL PRODUCTO, MERCADO Y MODO DE TRANSPORTE?			
03.06	EL MARCADO DEL EMBALAJE CUMPLE CON LAS NORMAS INTERNACIONALES?			
13	AGENTES			

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSERVACIONES	(0=NO (1=O.K.) (2=NO REQUERIDO)
13.01	EL AGENTE DE ADUANA ESTA LEGALMENTE HABILITADO Y ES IDONEO PARA PRESTAR UN BUEN SERVICIO?			
13.02	SUMINISTRO INSTRUCCIONES PRECISA A SU AGENTE SOBRE EL MANEJO DE LA EXPORTACION Y EL DINERO?			
13.03	LA COMISION COBRADA POR SU AGENTE FUE LA PACTADA PREVIAMENTE?			
13.04	LOS GASTOS COBRADOS POR EL AGENTE DE ADUANA TIENEN SOPORTES EN FACTURAS?			
13.05	ENVIO INSTRUCCIONES PARA EL MANEJO DE CARGA AL OPERADOR PORTUARIO?			
13.06	SI EL EMBARQUE REQUIERE SUPERVISION (SURVEYOR), YA SOLICITO EL SERVICIO Y ENTREGO LAS INSTRUCCIONES CORRESPONDIENTES			
04	DOCUMENTACION			
04.01	LA FACTURA COMERCIAL SE AJUSTA A LAS NORMAS INTERNACIONALES Y EXIGENCIAS DEL COMPRADOR?			
04.02	LA FACTURA COMERCIAL REQUIERE VALIDACION O VISTO BUENO DE ALGUNA AUTORIDAD?			
04.03	ELABORO SUFICIENTES COPIAS DE LA FACTURA COMERCIAL?			
04.04	COMPROBO QUE EL DOCUMENTO DE EXPORTACION COINCIDE CON LOS DATOS DE LA FACTURA COMERCIAL?			
04.05	LA LISTA DE EMPAQUE COINCIDE CON EL PEDIDO Y EL MANEJO DE LA CARGA?			
04.06	EN LA LISTA DE EMPAQUE VERIFICO EL NUMERO, PESO Y DIMENSIONES DE LAS UNIDADES?			
04.07	LA LISTA DE EMPAQUE REQUIERE VALIDACION O VISTO BUENO DE AUTORIDADES?			
04.08	SE ENCUENTRA REGISTRADO USTED O SU AGENTE, ANTE LA VUCE (VENTANILLA UNICA PARA EL COMERCIO EXTERIOR)? VERIFIQUE QUE TENGA UNA FIRMA DIGITAL CERTIFICADA			

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSERVACIONES	(0=NO) (1=O.K.) (2=NO REQUERIDO)
04.09	VERIFICO QUE TRAMITES PUEDE REALIZAR A TRAVES DE LA VUCE			
04.10	EL EMBARQUE REQUIERE DE CERTIFICADO DE ORIGEN?			
04.11	SEGUN EL PAIS IMPORTADOR, UTILIZÓ EL FORMATO ADECUADO DE CERTIFICADO DE ORIGEN?			
04.12	EL CERTIFICADO DE ORIGEN REQUIERE DE VALIDACION O VISTO BUENO DE ALGUNA AUTORIDAD?			
04.13	EL EMBARQUE REQUIERE DE CERTIFICADO FITOSANITARIO. YA LO OBTUVO?			
04.14	EL FITOSANITARIO REQUIERE DE VALIDACION O VISTO BUENO DE ALGUNA AUTORIDAD?			
04.15	EL EMBARQUE REQUIERE DE CERTIFICADO SANITARIO?			
04.16	EL CERTIFICADO SANITARIO REQUIERE DE VALIDACION O VISTO BUENO DE ALGUNA AUTORIDAD?			
04.17	EL EMBARQUE REQUIERE DE ALGUN OTRO DOCUMENTO O CERTIFICADO DE CALIDAD?			
04.18	CERTIFICADO PRE-EMBARQUE?			
04.19	CERTIFICADO DE CUOTAS?			
04.20	GUIA ESPECIAL DE EXPORTACIÓN?			
05	UNITARIZACION			
05.01	CUENTA CON LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA INICIAR LA PALETIZACION?			
05.02	EL PALLET CUMPLE CON LAS NORMAS I.S.O. Y DEL PAIS DE DESTINO?			
05.03	HIZO LA RESERVA DEL CONTENEDOR CON LA ANTICIPACION REQUERIDA?			
05.04	REALIZO LA INSPECCION FISICA ACERCA DEL ESTADO DEL CONTENEDOR?			
05.05	SOLICITO EL CONTENEDOR ADECUADO Y VERIFICO SUS MEDIDAS INTERNAS?			
05.06	CUENTA CON PRECINTOS ADECUADOS PARA LA SEGURIDAD DEL CONTENEDOR?			

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSERVACIONES	(0=NO) (1=O.K.) (2=NO REQUERIDO)
05.07	EL CONTENEDOR CUMPLE CON LOS REQUISITOS DE PESO EXIGIDOS POR EL PAÍS DE DESTINO?			
06	MANIPULACION DE LA CARGA EN EL LOCAL DEL EXPORTADOR			
06.01	CUENTA CON INSTRUCCIONES ESPECIALES PARA EL MANEJO DE LA CARGA?			
06.02	TIENE EL EQUIPO ADECUADO PARA EL MANEJO DE LA CARGA			
07	TRANSPORTE INTERNO			
07.01	ELABORO LA CARTA DE INSTRUCCIONES AL TRANSPORTADOR?			
07.02	LA EMPRESA TRANSPORTADORA ES CONFIABLE?			
07.03	POR EL VOLUMEN DE CARGA REQUIERE PROGRAMACION DE EQUIPOS, HORARIOS?			
07.04	LOS DOCUMENTOS DE TRANSPORTE CUMPLEN CON LAS NORMAS Y COSTUMBRES COMERCIALES			
07.05	COORDINO LAS FECHAS DE ENTREGA, HORA (RESTRICCIÓN PASO DE CAMIONES) Y LUGARES DE TRANSITO?			
07.06	PROGRAMO CON SUFICIENTE ANTELACIÓN EL ENVIO DE LA CARGA AL PUNTO DE EMBARQUE PARA CUMPLIR CON EL PROCEDIMIENTO SOBRE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN POST-EMBARQUE.A LA ADUANA AMERICANA?			
07.07	CONOCE LOS PROCEDIMIENTOS DE RECLAMACIÓN?			
07.08	LA EMPRESA TRANSPORTADORA LE OFRECE CUBRIMIENTO DE SEGUROS?			
07.09	EL VEHICULO A TRANSPORTAR SU MERCANCIA CUMPLE CON LAS EXIGENCIAS DE LA COMPAÑÍA DE SEGUROS?			
07.10	RECUERDE COMPARAR Y VERIFICAR CON LAS FUENTES NACIONALES LOS RANGOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNO.			
08	SEGURO INTERNO			
08.01	REQUIERE QUE SU CARGA ESTE ASEGURADA?			

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSERVACIONES	(0=NO) (1=O.K.) (2=NO REQUERIDO)
08.02	VERIFICO SI SU CARGA ES ASEGURABLE?			
08.03	AVISO OPORTUNAMENTE A LA COMPAÑÍA DE SEGUROS SOBRE EL DESPACHO DE LA CARGA?			
08.04	VERIFICO LOS RIESGOS DE TRANSPORTE A ASEGURAR Y EL VALOR DE LA PRIMA DE SEGURO APLICABLE?			
08.05	EN LA LISTA DE EMPAQUE VERIFICO EL NUMERO, PESO Y DIMENSIONES DE LAS UNIDADES?			
08.06	CONOCE LOS PROCEDIMIENTOS DE RECLAMACIÓN?			
09	ALMACENAMIENTO			
09.01	TIENE INSTRUCCIONES SOBRE ALMACENAMIENTO DE LA CARGA?			
09.02	ENVIO LAS INSTRUCCIONES A LA ALMACENADORA?			
10	MANIPULACION EN EL LUGAR DE EMBARQUE			
10.01	CONOCE LAS CONDICIONES DE MANIPULACION EN EL LUGAR DE EMBARQUE?			
10.02	SELECCIONO EL AGENTE REQUERIDO PARA SU PRODUCTO?			
10.03	TIENE INSTRUCCIONES EL AGENTE Y TODOS LOS INTERMEDIARIOS EN LA CADENA SOBRE CONDICIONES DE MANIPULEO?			
10.04	LA INFRAESTRUCTURA DE MANEJO SE ADECUA A SU CARGA ?			
10.05	VERIFICO LOS PROCESOS DE INSPECCION POR PARTE DE TODAS LAS AUTORIDADES DE CONTROLDE MANERA FISICA O VIRTUAL (POLICIA ANTINARCOTICOS, INVIMA, ICA ENTRE OTRAS)			
11	ADUANEROS			
11.01	SU EMBARQUE FUE SELECCIONADO PARA INSPECCIÓN, FISICA O DOCUMENTAL POR PARTE DE LAS AUTORIDADES ADUANERAS?			
11.02	SE REQUIEREN INSTRUCCIONES ESPECIALES PARA LA INSPECCION DE ADUANA?			

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSE RVACIONES	(0=NO) (1=O.K.) (2=NO REQUEREDIO)
11.03	FINALIZO EL DILIGENCIAMIENTO DE LOS DOCUMENTO ANTE LA ADUANA (DEX)?			
12	BANCARIOS			
12.01	LOS DOCUMENTOS, CONDICIONES Y EXIGENCIAS DE LA CARTA DE CREDITO ESTAN DE ACUERDO CON LO EXIGIDO			
12.02	RECIBIO LA CONFIRMACION DE LA CARTA DE CREDITO POR SU BANCO?			
12.03	LOS DOCUMENTOS QUE CERTIFICAN LA EXPORTACION SON ACORDES CON LO ESTIPULADO EN LA CARTA DE CREDITO			
12.04	ENTREGO LOS DOCUMENTOS DENTRO DE LOS TERMINOS ESTIPULADOS EN LA CARTA DE CREDITO?			
12.05	TIENE OTRO MEDIO DE PAGO DIFERENTE A CARTA DE CREDITO?, VERIFICO SU AUTENTICIDAD, COBERTURA Y VIGENCIA?			
12.06	VERIFICO QUE LOS GASTOS Y COMISIONES ESTEN DE ACUERDO CON LO PACTADO?			
12.07	CUMPLE CON LAS DISPOSICIONES LEGALES PARA EL REINTEGRO DE DIVISAS?			
12.08	EL BANCO TIENE EXPERIENCIA EN EL MANEJO DOCUMENTARIO DE TRANSACCIONES EN COMERCIO			
14	TRANSPORTE INTERNACIONAL			
14.01	HIZO LA RESERVA DE CUPO EN EL MEDIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL?			
14.02	ENVIO CARTA DE INSTRUCCIONES AL AGENTE DE CARGA O TRANSPORTADOR?			
14.03	EL DOCUMENTO DE TRANSPORTE FUE ELABORADO SEGÚN LAS INSTRUCCIONES DE EMBARQUE?			
14.04	RECIBIO LAS COPIAS SOLICITADAS DEL DOCUMENTO DE TRANSPORTE?			
14.05	ENVIO EL ORIGINAL DEL DOCUMENTO DE TRANSPORTE A SU COMPRADOR?			
14.06	INFORMO A SU CLIENTE SOBRE EL MODO Y MEDIOS DE TRANSPORTE QUE UTILIZARÁ?			

ORDEN	DESCRIPCIÓN	FECHA	OBSE RVACIONES	(0=NO) (1=O.K.) (2=NO REQUERIDO)
14.07	HIZO EL SEGUIMIENTO DEL DESPACHO HASTA SU LLEGADA AL DESTINO?			
14.08	VERIFICO SI HAY RESTRICCIONES DE TRANSPORTE EN EL PAIS DE DESTINO?			
14.09	TIENE UN SISTEMA PARA REVISAR LAS CUENTAS DE FLETES Y EFECTUAR LOS RECLAMOS?			
14.10	SI UTILIZA LOS SERVICIOS DE UN OTM, VERIFICO SI ESTA LEGALMENTE AUTORIZADO Y ES IDONEO?			
14.11	ENVIO LAS INSTRUCCIONES DE MANEJO Y DOCUMENTACION NECESARIA A SU OTM?			
14.12	VERIFICO QUE SERVICIOS ESTAN INCLUIDOS EN LA COTIZACION DEL OTM?			
14.13	COMPROBO SI EL OTM TIENE REPRESENTANTE EN EL PAIS DE DESTINO?			
15	SEGURO INTERNACIONAL			
15.01	VERIFICO LOS RIESGOS DE TRANSPORTE A ASEGURAR Y EL VALOR DE LA PRIMA DE SEGURO APLICABLE?			
15.02	AVISO A LA COMPAÑÍA DE SEGUROS LA FECHA DE EMBARQUE?			
15.03	EN CASO DE SINIESTRO CONOCE LAS FORMALIDAD DE RECLAMACION?			
16	ADMINISTRATIVOS			
16.01	COORDINO LA LOGISTICA DEL DESPACHO CON OTRAS AREAS DE LA EMPRESA?			
16.02	EL AREA FINANCIERA YA ENTREGO LOS RECURSOS PARA EL EMBARQUE?			
16.03	PRORRATEO LOS COSTOS ADMINISTRATIVOS DE LAS OTRAS AREAS QUE INTERVIENEN EN EL DESPACHO?			
17	CAPITAL DE INVENTARIO			
17.01	CALCULO EL COSTO DEL CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAIS EXPORTADOR			
17.02	CALCULO EL COSTO DEL CAPITAL E INVENTARIO EN TRANSITO INTERNACIONAL			
17.03	CALCULO EL COSTO DEL CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAIS IMPORTADOR			

ANEXO W. Estimación De La Demanda.

- Proyección Anual De La Demanda De Artesanías En Madera De Torno & Talla Para Alemania

Estimación de la demanda para el año 2016 por tipo de producto.

Nombre	2016												To tal
	En er o	Feb rero	Ma rzo	A br il	M ay o	Ju ni o	Ju lio	Ag ost o	Septi embr e	Oct ubr e	Novie mbre	Dicie mbre	
Ajedrez Batalla De Boyacá	4	16	4	9	17	8	4	4	10	4	4	18	10 2
Copa	18	69	18	4	74	35	1	8	18	43	18	18	44 8
Bombonera	18	66	18	3	71	34	1	8	18	41	18	18	43 5
Plato Tolima	17	63	17	3	7	68	1	7	17	39	17	17	41 3
Fancy Slimline Pen	9	35	9	2	0	37	18	9	9	21	9	9	22 5
European Pen	10	38	10	2	41	19	1	0	10	23	10	10	24 6
American Pen	8	28	8	1	7	30	15	8	8	17	8	8	18 7
Total	84	315	84	1	8	33	16	8	84	194	84	84	20 56

- Estimación de la demanda a cinco años por tipo de producto.

Nombre	2016	2017	2018	2019	2020
Ajedrez Batalla De Boyacá	102	105	108	111	114
Copa	448	468	488	508	530
Bombonera	435	455	475	495	515
Plato Tolima	413	432	452	472	492
Fancy Slimline Pen	225	232	240	248	257
European Pen	246	255	264	273	282
American Pen	187	193	199	205	211
Total	2056	2140	2226	2312	2401

- Total de unidades mensual por temporada

Variable	Total	1 Artesanía (73%)	2 Artesanías (16%)	3 Artesanías (11%)	Total	Para mi población
Semana santa	26	19	4	3	26	99
Inicio de otoño	29	21	5	3	29	110
Navidad	73	53	12	8	73	276
Cumpleaños	15	11	2	2	15	55
San Valentín	61	45	10	7	61	232
Día del padre	20	15	3	2	20	77
Día de la madre	67	49	11	7	67	254
TOTAL	292					

- Unidades mensuales

Variable	Unidades Mensuales	Para mi población
1 vez al mes	7	28
1 vez cada tres meses	9	32
1 vez cada seis meses	7	25
	23	85

- Estimación de la demanda cinco años para cada producto por canal de distribución.

Año	Fancy Slimline Pen			European Pen			American Pen		
	Página WEB	Importador	Boutique	Página WEB	Importador	Boutique	Página WEB	Importador	Boutique
2016	25480000	9000000	5280000	30361000	10720000	6141000	24017000	9165000	7191000
2017	27081600	9609600	5657600	32877520	11566880	6756880	25319840	9678240	7625280
2018	29376256	10383360	5970432	34869702	12464358	7315942	27044326	10370381	8235302
2019	31181230	11203645	6569206	37672820	13415128	7708693	29606420	11261014	9040532
2020	34066281	11932557	6925563	40644396	14422016	8329393	30790677	11876404	9567103

Año	Ajedrez Batalla De Boyacá			Copa			Bombonera			Plato Tolima		
	Página WEB	Importador	Boutique	Página WEB	Importador	Boutique	Página WEB	Importador	Boutique	Página WEB	Importador	Boutique
2016	136912000	43648000	25480000	140448000	50616000	28500000	129540000	46944000	26378000	92095000	33638000	18954000
2017	145699840	46812480	27445600	149385600	54419040	30825600	139476480	50516960	28340000	99304400	36241920	20217600
2018	154971648	50160282	29527680	163992192	60664780,8	34031462,4	154121510	56063654,4	32067276,8	106332096	38476838	21902400
2019	164752081	53701007	31732413	175937729	64630186	36931534,8	163714956	60139728,9	34085628,9	118211958	43282517	24783004
2020	178791823	57444735	34066281	196978445	69215851,6	39208979,5	180069309	64452187,5	36724199,9	125584316	46429347	26153358

ANEXO X. Resultados financieros

➤ **INVERSION INICIAL**

○ Maquinaria Y equipo

Cantidad	Concepto	Valor	Valor Total
6	Papeleras 10 Lts	\$ 19.900	\$ 119.400
4	Canecas de Residuos	\$ 50.000	\$ 200.000
1	Organizador de Herramienta	\$ 110.000	\$ 110.000
2	Mesas de Madera	\$ 200.000	\$ 400.000
1	Sierra Circular	\$ 206.897	\$ 206.897
1	Sierra Sin Fin	\$ 732.759	\$ 732.759
1	Caladora De Mano	\$ 125.862	\$ 125.862
1	Caladora De Banco	\$ 396.552	\$ 396.552
1	Torno	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
1	Lijadora	\$ 125.862	\$ 125.862
1	Cepilladora	\$ 1.810.345	\$ 1.810.345
1	Cepillo Manual	\$ 80.000	\$ 80.000
1	Prensa de Banco	\$ 189.655	\$ 189.655
1	Taladro	\$ 189.655	\$ 189.655
1	Compresor	\$ 387.931	\$ 387.931
Valor Maquinaria y Equipo			\$ 8.074.918

○ Herramientas de mano

Cantidad	Concepto	Valor	Valor Total
1	Kit Talla Bidimensional	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
1	Kit Talla Tridimensional	\$ 81.900,00	\$ 81.900,00
1	Kit Herramientas para Torno	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00
1	Martillo Pequeño	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
1	Martillo Mediano	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
1	Mazo de Goma	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00
1	Piedras de Afilar	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
1	Flexometro	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
1	Estuche Brocas de Taladro	\$ 113.793,00	\$ 113.793,00
1	Estuche Destornilladores	\$ 54.310,00	\$ 54.310,00
1	Escuadra de Precisión	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Valor Herramientas de Mano			\$ 510.003,00

○ Muebles Y Enseres

Cantidad	Concepto	Valor	Valor Total
1	Mesa de Computo	\$ 379.900,00	\$ 379.900,00
1	Tablero	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
1	Mesa De Juntas con Sillas	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
1	Stand Lokers 4 puestos	\$ 299.900,00	\$ 299.900,00
1	Mesa Cafeteria con Sillas	\$ 165.000,00	\$ 165.000,00
1	Mesas de Trabajo	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
1	Extintor 20 Libras	\$ 54.900,00	\$ 54.900,00
1	Señal Extintor	\$ 7.900,00	\$ 7.900,00
1	Silla Escritorio	\$ 147.900,00	\$ 147.900,00
1	Botiquin	\$ 109.900,00	\$ 109.900,00
Valor Equipo de Oficina			\$ 265.700,00

○ Equipo De Computo Y Comunicación

Cantidad	Concepto	Valor	Valor Total
1	Impresora Multifuncional	\$ 789.000,00	\$ 789.000,00
1	Computador de Mesa	\$ 1.100.000,00	\$ 1.100.000,00
1	Teléfono Inalámbrico	\$ 79.900,00	\$ 79.900,00
Valor Equipo de Cómputo y Comunicación			\$ 1.968.900,00

➤ **EGRESOS**

• **COSTOS DE PRODUCCION**

○ Costos De Materia Prima

Materia Prima	Detalla	2016	2017	2018	2019	2020
	Inventario Inicial	-	184.86 3	192.25 8	199.94 8	207.94 6
	Compras	6.390.6 72	6.582.0 20	6.970.7 09	7.379.9 62	7.810.8 01
	Total de Materias Primas	6.390.6 72	6.766.8 83	7.162.9 67	7.579.9 10	8.018.7 47
	Inventario Final de Materias Primas	184.86 3	192.25 8	199.94 8	207.94 6	216.26 4
	Costo de Materias Primas	6.205.8 09	6.574.6 26	6.963.0 19	7.371.9 64	7.802.4 84

Mano de Obra Directa	Mano de Obra Directa	10.791.417	11.374.494	11.986.950	12.630.204	13.305.739
Costos Indirectos de Fabricación	Costos Indirectos de Fabricación	10.833.203	11.322.909	11.834.459	12.368.816	12.926.986
Costos de Distribución	Costos de Distribución	31.461.800	33.464.912	35.577.934	37.806.454	40.156.331
Total Costo de Producción		59.292.229	62.736.940	66.362.362	70.177.437	74.191.539
Producción Mensual en Unidades		522	532	542	552	562
Costos Unitarios Mensuales Promedio		113.586,64	117.926,58	122.439,78	127.133,04	132.013,42
Costos Unitarios Individuales Promedio	Costo Unitario Materia Prima	11.888,52	12.358,32	12.846,90	13.355,01	13.883,42
	Costo Unitario Mano de Obra Directa	20.673,21	21.380,63	22.116,14	22.880,80	23.675,69
	Costo Unitario Indirectos de Fabricación	20.753,26	21.283,66	21.834,79	22.407,27	23.001,75
	Costo Unitario de Distribución	60.271,65	62.903,97	65.641,94	68.489,95	71.452,55

○ Mano De Obra Directa

Concepto	Operario Torno	Operario Talla
Salario	\$ 673.300,00	\$ 673.300,00
Auxilio de Transporte	\$ 77.000,00	\$ 77.000,00
Cesantías	\$ 56.085,89	\$ 56.085,89
Intereses de cesantías	\$ 6.730,31	\$ 6.730,31
Prima Legal de Servicios	\$ 56.085,89	\$ 56.085,89
Vacaciones	\$ 28.076,61	\$ 28.076,61
Aportes de Salud Obligatoria	\$ 0,00	\$ 0,00
Aportes de Pensión Obligatoria	\$ 80.796,00	\$ 80.796,00
Aportes a Riegos Laborales - Planta	\$ 7.029,25	\$ 7.029,25
Aportes a Caja de Compensación Familiar	\$ 26.932,00	\$ 26.932,00
Aportes al ICBF	\$ 0,00	\$ \$ 0,00
Aportes al SENA	\$ 0,00	0,00
Total	\$ 1.012.035,95	\$ 1.012.035,95

○ Costos Indirectos De Fabricación

Concepto	Cantidad	Valor
Servicio de Acueducto	-	75.000,00
Servicio de Energía	-	120.000,00
Arriendo	-	360.000,00
Mantenimiento Preventivo	-	240.000,00
Depreciación	-	1.062.493,30
Tiempo Improductivo	\$ 600,00	55.606,37
Tiempo Ocioso	\$ 240,00	22.242,55
CIF Totales		\$ 1.935.342,22

• **GASTOS OPERACIONALES**

○ Gastos Administrativos

Salario Parte Administrativa

Concepto	Gerencia General
Salario	\$ 1.346.600
Auxilio de Transporte	\$ -
Cesantías	\$ 112.172
Intereses de cesantías	\$ 13.461
Prima Legal de Servicios	\$ 112.172
Vacaciones	\$ 56.153
Aportes de Salud Obligatoria	\$ -
Aportes de Pensión Obligatoria	\$ 161.592
Aportes a Riegos Laborales - Planta	\$ 14.059

Concepto	Gerencia General
Aportes a Caja de Compensación Familiar	\$ 53.864
Aportes al ICBF	\$ -
Aportes al SENA	\$ -
Total	\$ 1.870.071,90

Total gastos administrativos

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
Personal Administrativo	\$1.870.071	\$1.963.575	\$2.061.754	\$2.164.842	\$2.273.084
Honorarios	\$22.781.500	\$16.838.400	\$17.512.800	\$18.177.600	\$18.813.600
Arrendamientos	\$540.000	\$567.000	\$595.400	\$625.200	\$656.500
Afiliaciones	\$1.400.000	\$ -	\$ -	\$1.470.000	\$ -
Seguros	\$2.500.000	\$2.625.000	\$2.756.300	\$2.894.100	\$3.038.800
Servicios	\$ 2.874.000	\$ 2.510.581	\$ 2.128.980	\$ 1.728.280	\$ 1.307.580
Gastos Legales	\$623.400	\$598.920	\$628.900	\$660.400	\$693.500
Mantenimiento	\$2.620.000	\$2.751.000	\$2.888.600	\$3.033.000	\$3.184.600
Gastos de Viaje	\$2.233.300	\$2.344.965	\$2.462.300	\$2.585.400	\$2.714.700
Depreciaciones	\$682.870	\$682.870	\$682.870	\$715.685	\$715.685
Diversos	\$3.964.601	\$4.166.376	\$4.376.500	\$4.607.200	\$4.839.800
Total	\$42.089.742	\$35.048.687	\$36.094.404	\$38.661.707	\$38.237.849

o Gastos De Ventas

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos De Ventas	\$ 7.268.380	\$ 7.631.799	\$ 8.013.400	\$ 8.414.100	\$ 8.834.800

• **COSTOS**

o FICHA DE PRODUCTO.

Ajedrez Batalla De Boyacá			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Pino	38336	\$ 0,11	\$ 4.046,58
Cedro	24048	\$ 0,13	\$ 3.072,80
Moncoro	24048	\$ 0,09	\$ 2.164,32
Laca Brillante Catalizada	0,125	\$ 20.900,00	\$ 2.612,50
Lija 220	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Sellador Catalizado	0,125	\$ 16.590,00	\$ 2.073,75
envío	1	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
Embalaje	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00

Ajedrez Batalla De Boyacá			
Minutos Hombre Embalaje	5	\$ 92,68	\$ 463,39
Minutos Hombre Torno	693,6	\$ 92,68	\$ 64.280,96
Minutos Hombre Talla	1920	\$ 92,68	\$ 177.940,39
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 384.207,18	\$ 384.207,18
Costo Total			\$ 736.361,86

Copa			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Flor Morado	12525	\$ 0,89	\$ 11.133,33
Laca Mate Catalizada	0,0625	\$ 18.900,00	\$ 1.181,25
Lija 220	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sellador Catalizado	0,0625	\$ 16.590,00	\$ 1.036,88
envío	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Embalaje	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Minutos Hombre Embalaje	2	\$ 92,68	\$ 185,35
Minutos Hombre Torno	110	\$ 92,68	\$ 10.194,50
Minutos Hombre Talla	60	\$ 92,68	\$ 5.560,64
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 5.679,66	\$ 5.679,66
Costo Total			\$ 118.221,61

Bombonera			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Cedro Carmin	11125	\$ 0,89	\$ 9.888,89
Laca Mate Catalizada	0,125	\$ 18.900,00	\$ 2.362,50
Lija 220	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Sellador Catalizado	0,125	\$ 16.590,00	\$ 2.073,75
envío	1	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
Embalaje	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Minutos Hombre Embalaje	2	\$ 92,68	\$ 185,35
Minutos Hombre Torno	107	\$ 92,68	\$ 9.916,47
Minutos Hombre Talla	100	\$ 92,68	\$ 9.267,73
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 7.245,15	\$ 7.245,15
Costo Total			\$ 114.189,84

Plato Tolima			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Flor Morado	6200	\$ 0,89	\$ 5.511,11
Laca Mate Catalizada	0,0625	\$ 18.900,00	\$ 1.181,25
Lija 220	0,5	\$ 250,00	\$ 125,00

Plato Tolima			
Sellador Catalizado	0,0625	\$ 16.590,00	\$ 1.036,88
envío	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Embalaje	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Minutos Hombre Embalaje	2	\$ 92,68	\$ 185,35
Minutos Hombre Torno	75	\$ 92,68	\$ 6.950,80
Minutos Hombre Talla	30	\$ 92,68	\$ 2.780,32
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 3.858,83	\$ 3.858,83
Costo Total			\$ 83.629,54

Fancy Slimline Pen			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Cedro	24	\$ 0,13	\$ 3,07
Laca Mate Catalizada	0,00625	\$ 18.900,00	\$ 118,13
Lija 220	0,016	\$ 250,00	\$ 4,17
Sellador Catalizado	0,00625	\$ 16.590,00	\$ 103,69
Kit Pen	1	\$ 7.364,95	\$ 7.364,95
envío	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Embalaje	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Minutos Hombre Embalaje	2	\$ 92,68	\$ 185,35
Minutos Hombre Torno	13	\$ 92,68	\$ 1.204,80
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 868,65	\$ 868,65
Costo Total			\$ 40.652,81

European Pen			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Moncoro	24	\$ 0,09	\$ 2,16
Laca Mate Catalizada	0,00625	\$ 18.900,00	\$ 118,13
Lija 220	0,01666667	\$ 250,00	\$ 4,17
Sellador Catalizado	0,00625	\$ 16.590,00	\$ 103,69
Kit Pen	1	\$ 12.137,77	\$ 12.137,77
Envío	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Embalaje	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Minutos Hombre Embalaje	2	\$ 92,68	\$ 185,35
Minutos Hombre Torno	13	\$ 92,68	\$ 1.204,80
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 796,27	\$ 796,27
Costo Total			\$ 45.352,33

American Pen			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Costo Total
Pino	24	\$ 0,11	\$ 2,53
Laca Mate Catalizada	0,00625	\$ 18.900,00	\$ 118,13
Lija 220	0,01666667	\$ 250,00	\$ 4,17
Sellador Catalizado	0,00625	\$ 16.590,00	\$ 103,69
Kit Pen	1	\$ 14.400,74	\$ 14.400,74
envío	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Embalaje	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Minutos Hombre Embalaje	2	\$ 92,68	\$ 185,35
Minutos Hombre Torno	13	\$ 92,68	\$ 1.204,80
Costos Indirectos de Fabricación - CIF	1	\$ 1.061,69	\$ 1.061,69
Costo Total			\$ 47.881,10

o Depreciación

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Maquinaria y Equipo	\$ 807.492	\$ 807.492	\$ 807.492	\$ 807.492	\$ 807.492
Equipo de Computo	\$ 656.300	\$ 656.300	\$ 656.300	\$ 689.115	\$ 689.115
Equipo de Oficina	\$ 26.570	\$ 26.570	\$ 26.570	\$ 26.570	\$ 26.570
Herramientas de Mano	\$ 255.002	\$ 255.002	\$ 267.752	\$ 267.752	\$ 281.139

• **PROYECCION DE VENTAS A CINCO AÑOS**

Nombre	2016	2017	2018	2019	2020
Ajedrez Batalla De Boyacá	\$ 172.321.000	\$ 179.204.000	\$ 186.361.000	\$ 193.828.000	\$ 201.571.000
Copa	\$ 115.066.000	\$ 122.631.000	\$ 132.513.000	\$ 141.911.000	\$ 153.540.000
Bombonera	\$ 109.943.000	\$ 116.842.000	\$ 124.325.000	\$ 134.837.000	\$ 143.068.000
Plato Tolima	\$ 75.143.000	\$ 81.780.000	\$ 87.341.000	\$ 94.279.000	\$ 101.924.000
Fancy Slimline Pen	\$ 20.623.000	\$ 21.966.000	\$ 23.144.000	\$ 25.031.000	\$ 26.315.000
European Pen	\$ 24.293.000	\$ 25.947.000	\$ 27.440.000	\$ 29.427.000	\$ 31.005.000
American Pen	\$ 20.841.000	\$ 22.653.000	\$ 24.236.000	\$ 25.931.000	\$ 27.664.000
Total	\$ 538.230.000	\$ 571.023.000	\$ 605.360.000	\$ 645.244.000	\$ 685.087.000

➤ **ESCENARIO MAS PROBABLE**

• ESTADO DE RESULTADOS

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Operacionales					
Ajedrez Batalla De Boyaca	\$ 172.321.000	\$ 179.204.000	\$ 186.361.000	\$ 193.828.000	\$ 201.571.000
Copa	\$ 115.066.000	\$ 122.631.000	\$ 132.513.000	\$ 141.911.000	\$ 153.540.000
Bombonera	\$ 109.943.000	\$ 116.842.000	\$ 124.325.000	\$ 134.837.000	\$ 143.068.000
Plato Tolima	\$ 75.143.000	\$ 81.780.000	\$ 87.341.000	\$ 94.279.000	\$ 101.924.000
Fancy Slimline Pen	\$ 20.623.000	\$ 21.966.000	\$ 23.144.000	\$ 25.031.000	\$ 26.315.000
European Pen	\$ 24.293.000	\$ 25.947.000	\$ 27.440.000	\$ 29.427.000	\$ 31.005.000
American Pen	\$ 20.841.000	\$ 22.653.000	\$ 24.236.000	\$ 25.931.000	\$ 27.664.000
Total Ingresos	\$ 538.230.000	\$ 571.023.000	\$ 605.360.000	\$ 645.244.000	\$ 685.087.000
Variacion de la Venta		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costo de Ventas					
Ajedrez Batalla De Boyaca	\$ 36.818.093	\$ 38.290.817	\$ 39.822.449	\$ 41.415.347	\$ 43.071.961
Copa	\$ 26.126.977	\$ 28.032.709	\$ 30.176.966	\$ 32.447.910	\$ 34.990.550
Bombonera	\$ 24.665.006	\$ 26.482.908	\$ 28.406.779	\$ 30.442.186	\$ 32.728.561
Plato Tolima	\$ 17.729.462	\$ 19.047.463	\$ 20.442.538	\$ 22.012.814	\$ 23.676.004
Fancy Slimline Pen	\$ 4.715.726	\$ 5.031.192	\$ 5.364.350	\$ 5.716.110	\$ 6.087.429
European Pen	\$ 5.623.689	\$ 5.990.136	\$ 6.376.901	\$ 6.785.022	\$ 7.215.591
American Pen	\$ 4.452.942	\$ 4.780.449	\$ 5.127.032	\$ 5.493.692	\$ 5.881.482
Total Costo de Ventas	\$ 120.131.895	\$ 127.655.674	\$ 135.717.014	\$ 144.313.083	\$ 153.651.578
% de Costo de Ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Bruta	\$ 418.098.10 5	\$ 443.367.32 6	\$ 469.642.98 6	\$ 500.930.91 7	\$ 531.435.42 2
Gastos Operacionales					
Gastos de Personal	\$ 24.168.863	\$ 25.248.546	\$ 26.343.433	\$ 27.449.760	\$ 28.549.408
Honorarios	\$ 22.781.500	\$ 16.838.400	\$ 17.512.800	\$ 18.177.600	\$ 18.813.600
Impuestos	\$ 2.563.000	\$ 2.719.000	\$ 2.882.000	\$ 3.072.000	\$ 3.262.000
Arrendamientos	\$ 540.000	\$ 567.000	\$ 595.400	\$ 625.200	\$ 656.500
Contribuciones	\$ 1.400.000	\$ -	\$ -	\$ 1.470.000	\$ -
Seguros	\$ 2.500.000	\$ 2.625.000	\$ 2.756.300	\$ 2.894.100	\$ 3.038.800
Servicios	\$ 10.142.380	\$ 10.649.499	\$ 11.182.000	\$ 11.741.200	\$ 12.328.300
Gastos legales	\$ 623.400	\$ 598.920	\$ 628.900	\$ 660.400	\$ 693.500
Mantenimiento	\$ 2.620.000	\$ 2.751.000	\$ 2.888.600	\$ 3.033.000	\$ 3.184.600
Gastos de viaje	\$ 2.233.300	\$ 2.344.965	\$ 2.462.300	\$ 2.585.400	\$ 2.714.700
Depreciaciones	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 715.685	\$ 715.685
Diversos	\$ 4.669.101	\$ 4.917.276	\$ 5.177.500	\$ 5.460.400	\$ 5.752.400
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Operacionales	\$ 74.924.414	\$ 69.942.476	\$ 73.112.103	\$ 77.884.745	\$ 79.709.493
Utilidad Operacional	\$ 343.173.69 1	\$ 373.424.85 0	\$ 396.530.88 3	\$ 423.046.17 3	\$ 451.725.92 9
Otros Ingresos					
Financieros					
Total Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos					
Gastos Financieros	\$ 3.528.920	\$ 3.728.892	\$ 3.938.480	\$ 3.528.624	\$ 3.042.711
Total Otros Egresos	\$ 3.528.920	\$ 3.728.892	\$ 3.938.480	\$ 3.528.624	\$ 3.042.711
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 339.644.77 1	\$ 369.695.95 8	\$ 392.592.40 3	\$ 419.517.54 9	\$ 448.683.21 8

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Impuestos de Renta	\$ 84.911.193	\$ 92.423.989	\$ 98.148.101	\$ 104.879.387	\$ 112.170.805
Impuestos para la Equidad	\$ 30.568.029	\$ 33.272.636	\$ 35.333.316	\$ 37.756.579	\$ 40.381.490
Utilidad Neta	\$ 224.165.549	\$ 243.999.332	\$ 259.110.986	\$ 276.881.582	\$ 296.130.924
EBITDA	\$ 338.961.901	\$ 369.013.088	\$ 391.909.533	\$ 418.801.864	\$ 447.967.533

• BALANCE GENERAL

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	\$ 394.544.453	\$ 519.806.047	\$ 777.686.086	\$ 1.051.522.931	\$ 1.345.907.078
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deudores					
Clientes	\$ 44.852.500	\$ 47.585.250	\$ 50.446.667	\$ 53.770.333	\$ 57.090.583
Anticipos y Avances	\$ -	\$ -	\$ 1	\$ 2	\$ 3
Anticipo Impuestos	\$ 19.550.794	\$ 20.767.787	\$ 22.071.316	\$ 23.460.951	\$ 24.969.944
Deudas de Difícil Cobro					
Provisiones					
Total Deudores	\$ 64.403.294	\$ 68.353.037	\$ 72.517.984	\$ 77.231.286	\$ 82.060.531
Inventarios	\$ 2.060.569	\$ 2.142.992	\$ 2.228.711	\$ 2.317.860	\$ 2.410.574
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 461.008.316	\$ 590.302.075	\$ 852.432.781	\$ 1.131.072.077	\$ 1.430.378.183
ACTIVO FIJOS					
Propiedad Planta y Equipo					
Maquinaria y Equipo	\$ 8.584.921	\$ 8.584.921	\$ 9.120.424	\$ 9.120.424	\$ 9.682.702

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Equipos de Oficina	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700
Equipo Computo y Comunicación	\$ 1.968.900	\$ 1.968.900	\$ 1.968.900	\$ 4.036.245	\$ 4.036.245
Depreciación Acumulada	-\$ 1.745.363	-\$ 3.490.727	-\$ 5.248.840	-\$ 7.039.768	-\$ 8.844.084
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 9.074.158	\$ 7.328.794	\$ 6.106.184	\$ 6.382.601	\$ 5.140.563
OTROS ACTIVOS					
Diferidos					
Valorizaciones					
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 470.082.4 74	\$ 597.630.8 70	\$ 858.538.9 65	\$ 1.137.454.6 78	\$ 1.435.518.7 46
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores	\$ 23.623.87 6	\$ 23.033.84 0	\$ 24.526.51 5	\$ 26.119.938	\$ 27.854.156
Cuentas por Pagar	\$ 6.243.701	\$ 5.828.540	\$ 6.092.675	\$ 6.490.395	\$ 6.642.458
Impuestos Gravámenes y Tasas	\$ 116.049.3 47	\$ 603.609	\$ 643.906	\$ 686.893	\$ 733.756
Obligaciones Laborales					
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 145.916.9 25	\$ 29.465.98 9	\$ 31.263.09 7	\$ 33.297.226	\$ 35.230.370
PASIVO NO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 145.916.9 25	\$ 29.465.98 9	\$ 31.263.09 7	\$ 33.297.226	\$ 35.230.370
PATRIMONIO					
Capital	\$ 100.000.0 00	\$ 100.000.0 00	\$ 100.000.0 00	\$ 100.000.00 0	\$ 100.000.00 0

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad del Ejercicio	\$ 224.165.549	\$ 243.999.332	\$ 259.110.986	\$ 276.881.582	\$ 296.130.924
Utilidad de Ejercicios Anteriores	\$ -	\$ 224.165.549	\$ 468.164.882	\$ 727.275.869	\$ 1.004.157.452
TOTAL PATRIMONIO	\$ 324.165.549	\$ 568.164.881	\$ 827.275.868	\$ 1.104.157.451	\$ 1.400.288.376
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 470.082.474	\$ 597.630.870	\$ 858.538.965	\$ 1.137.454.678	\$ 1.435.518.746

• FLUJO DE EFECTIVO

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Operacionales	\$ 538.230.000	\$ 571.023.000	\$ 605.360.000	\$ 645.244.000	\$ 685.087.000
Egresos Operacionales	\$ 195.056.309	\$ 197.598.150	\$ 208.829.117	\$ 222.197.827	\$ 233.361.071
Utilidad Operacional	\$ 343.173.691	\$ 373.424.850	\$ 396.530.883	\$ 423.046.173	\$ 451.725.929
Menos impuestos	\$ 115.479.222	\$ 125.696.626	\$ 133.481.417	\$ 142.635.967	\$ 152.552.294
Flujo Después de Impuestos	\$ 227.694.469	\$ 247.728.224	\$ 263.049.466	\$ 280.410.206	\$ 299.173.635
Más Depreciación	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 715.685	\$ 715.685
Más Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Bruto	\$ 228.377.339	\$ 248.411.094	\$ 263.732.336	\$ 281.125.891	\$ 299.889.320
Menos Inversión en Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ 535.503	\$ 2.067.345	\$ 562.278
Flujo de Caja Libre	-\$ 100.000.000	\$ 228.377.339	\$ 248.411.094	\$ 279.058.546	\$ 299.327.041
Variación del Flujo de Caja Libre		\$ 0	-\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión Inicial	\$ 100.000.000				

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Tasa Interna de Retorno - TIR	\$ 2				
WACC	\$ 0				
Valor Presente Neto - VPN	\$ 679.704.883				
Periodo de Payback	\$ 1				
Tasa de Crecimiento Flujo de Caja - g	\$ 0				
Costo de Deuda - Kd	\$ 0				
Endeudamiento Objetivo	\$ 0				
Costo de Capital - Ke	\$ 0				

➤ **ESCENARIO OPTIMISTA**

• ESTADO DE RESULTADOS

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Operacionales					
Ajedrez De Batalla Boyaca	\$ 333.597.000	\$ 356.113.000	\$ 379.891.000	\$ 405.050.000	\$ 437.600.000
Copa	\$ 227.768.000	\$ 243.417.000	\$ 268.354.000	\$ 287.812.000	\$ 316.762.000
Bombonera	\$ 212.810.000	\$ 229.050.000	\$ 254.336.000	\$ 270.572.000	\$ 295.087.000
Plato Tolima	\$ 149.783.000	\$ 161.385.000	\$ 172.604.000	\$ 192.980.000	\$ 205.414.000
Fancy Slimline Pen	\$ 40.431.000	\$ 43.087.000	\$ 46.508.000	\$ 49.694.000	\$ 53.817.000
European Pen	\$ 47.908.000	\$ 51.895.000	\$ 55.419.000	\$ 59.670.000	\$ 64.289.000
American Pen	\$ 41.159.000	\$ 43.408.000	\$ 46.498.000	\$ 50.896.000	\$ 53.200.000
Total Ingresos	\$ 1.053.456.000	\$ 1.128.355.000	\$ 1.223.610.000	\$ 1.316.674.000	\$ 1.426.169.000
Variacion de la Venta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costo de Ventas					

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ajedrez De Batalla Boyaca	\$ 75.108.910	\$ 80.410.715	\$ 86.016.491	\$ 91.942.071	\$ 98.204.072
Copa	\$ 52.963.283	\$ 57.540.824	\$ 62.399.827	\$ 67.555.485	\$ 73.300.361
Bombonera	\$ 49.672.581	\$ 54.034.633	\$ 58.666.173	\$ 63.581.781	\$ 68.796.771
Plato Tolima	\$ 34.538.998	\$ 37.573.078	\$ 40.885.075	\$ 44.401.915	\$ 48.134.686
Fancy Slimline Pen	\$ 9.146.882	\$ 9.808.710	\$ 10.552.819	\$ 11.340.763	\$ 12.222.416
European Pen	\$ 11.156.674	\$ 12.027.439	\$ 12.950.014	\$ 13.927.151	\$ 14.961.740
American Pen	\$ 8.953.766	\$ 9.610.695	\$ 10.305.852	\$ 11.041.244	\$ 11.818.979
Total Costo de Ventas	\$ 241.541.095	\$ 261.006.094	\$ 281.776.251	\$ 303.790.411	\$ 327.439.025
% de Costo de Ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Bruta	\$ 811.914.905	\$ 867.348.906	\$ 941.833.749	\$ 1.012.883.589	\$ 1.098.729.975
Gastos Operacionales					
Gastos de Personal	\$ 24.168.863	\$ 25.248.546	\$ 26.343.433	\$ 27.449.760	\$ 28.549.408
Honorarios	\$ 22.781.500	\$ 16.838.400	\$ 17.512.800	\$ 18.177.600	\$ 18.813.600
Impuestos	\$ 5.016.000	\$ 5.372.000	\$ 5.826.000	\$ 6.269.000	\$ 6.790.000
Arrendamientos	\$ 540.000	\$ 567.000	\$ 595.400	\$ 625.200	\$ 656.500
Contribuciones	\$ 1.400.000	-	-	\$ 1.470.000	-
Seguros	\$ 2.500.000	\$ 2.625.000	\$ 2.756.300	\$ 2.894.100	\$ 3.038.800
Servicios	\$ 10.142.380	\$ 10.649.499	\$ 11.182.000	\$ 11.741.200	\$ 12.328.300
Gastos legales	\$ 623.400	\$ 598.920	\$ 628.900	\$ 660.400	\$ 693.500
Mantenimiento	\$ 2.620.000	\$ 2.751.000	\$ 2.888.600	\$ 3.033.000	\$ 3.184.600
Gastos de viaje	\$ 2.233.300	\$ 2.344.965	\$ 2.462.300	\$ 2.585.400	\$ 2.714.700
Depreciaciones	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 715.685	\$ 715.685
Diversos	\$ 5.957.101	\$ 6.310.576	\$ 6.723.100	\$ 7.139.000	\$ 7.605.100

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Operacionales	\$ 78.665.414	\$ 73.988.776	\$ 77.601.703	\$ 82.760.345	\$ 85.090.193
Utilidad Operacional	\$ 733.249.491	\$ 793.360.130	\$ 864.232.046	\$ 930.123.244	\$ 1.013.639.782
Otros Ingresos					
Financieros					
Total Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos					
Gastos Financieros	\$ 5.589.824	\$ 5.958.220	\$ 6.411.480	\$ 5.542.914	\$ 4.524.875
Total Otros Egresos	\$ 5.589.824	\$ 5.958.220	\$ 6.411.480	\$ 5.542.914	\$ 4.524.875
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 727.659.667	\$ 787.401.910	\$ 857.820.566	\$ 924.580.330	\$ 1.009.114.908
Impuestos de Renta	\$ 181.914.917	\$ 196.850.478	\$ 214.455.141	\$ 231.145.083	\$ 252.278.727
Impuestos para la Equidad	\$ 65.489.370	\$ 70.866.172	\$ 154.407.702	\$ 166.424.459	\$ 181.640.683
Utilidad Neta	\$ 480.255.380	\$ 519.685.261	\$ 488.957.722	\$ 527.010.788	\$ 575.195.497
EBITDA	\$ 726.976.797	\$ 786.719.040	\$ 857.137.696	\$ 923.864.645	\$ 1.008.399.223

• BALANCE GENERAL

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	\$ 740.667.764	\$ 1.002.533.686	\$ 1.485.415.909	\$ 2.005.143.309	\$ 2.573.039.810
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deudores					
Clientes	\$ 87.788.000	\$ 94.029.583	\$ 101.967.500	\$ 109.722.833	\$ 118.847.417
Anticipos y Avances	\$ -	\$ -	\$ 1	\$ 2	\$ 3

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Anticipo Impuestos	\$ 39.608.606	\$ 42.761.487	\$ 46.124.733	\$ 49.688.620	\$ 53.515.684
Deudas de Difícil Cobro					
Provisiones					
Total Deudores	\$ 127.396.606	\$ 136.791.071	\$ 148.092.234	\$ 159.411.455	\$ 172.363.104
Inventarios	\$ 6.012.695	\$ 6.253.202	\$ 6.503.331	\$ 6.763.464	\$ 7.034.002
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 874.077.065	\$ 1.145.577.959	\$ 1.640.011.474	\$ 2.171.318.228	\$ 2.752.436.917
ACTIVO FIJOS					
Propiedad Planta y Equipo					
Maquinaria y Equipo	\$ 8.584.921	\$ 8.584.921	\$ 9.120.424	\$ 9.120.424	\$ 9.682.702
Equipos de Oficina	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700
Equipo Computo y Comunicación	\$ 1.968.900	\$ 1.968.900	\$ 1.968.900	\$ 4.036.245	\$ 4.036.245
Depreciación Acumulada	-\$ 1.745.363	-\$ 3.490.727	-\$ 5.248.840	-\$ 7.039.768	-\$ 8.844.084
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 9.074.158	\$ 7.328.794	\$ 6.106.184	\$ 6.382.601	\$ 5.140.563
OTROS ACTIVOS					
Diferidos					
Valorizaciones					
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 883.151.223	\$ 1.152.906.753	\$ 1.646.117.658	\$ 2.177.700.829	\$ 2.757.577.480
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores	\$ 47.860.399	\$ 45.657.436	\$ 49.480.850	\$ 53.537.085	\$ 57.901.321
Cuentas por Pagar	\$ 6.555.451	\$ 6.165.731	\$ 6.466.809	\$ 6.896.695	\$ 7.090.849
Impuestos Gravámenes y Tasas	\$ 248.479.992	\$ 1.142.945	\$ 1.271.635	\$ 1.357.894	\$ 1.480.657

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Obligaciones Laborales					
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 302.895.842	\$ 52.966.112	\$ 57.219.293	\$ 61.791.675	\$ 66.472.828
PASIVO NO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 302.895.842	\$ 52.966.112	\$ 57.219.293	\$ 61.791.675	\$ 66.472.828
PATRIMONIO					
Capital	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Utilidad del Ejercicio	\$ 480.255.380	\$ 519.685.261	\$ 488.957.722	\$ 527.010.788	\$ 575.195.497
Utilidad de Ejercicios Anteriores	\$ -	\$ 480.255.380	\$ 999.940.642	\$ 1.488.898.366	\$ 2.015.909.155
TOTAL PATRIMONIO	\$ 580.255.380	\$ 1.099.940.641	\$ 1.588.898.365	\$ 2.115.909.154	\$ 2.691.104.652
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 883.151.223	\$ 1.152.906.753	\$ 1.646.117.658	\$ 2.177.700.829	\$ 2.757.577.480

- FLUJO DE EFECTIVO

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Operacionales	\$ 1.053.456.000	\$ 1.128.355.000	\$ 1.223.610.000	\$ 1.316.674.000	\$ 1.426.169.000
Egresos Operacionales	\$ 320.206.509	\$ 334.994.870	\$ 359.377.954	\$ 386.550.756	\$ 412.529.218
Utilidad Operacional	\$ 733.249.491	\$ 793.360.130	\$ 864.232.046	\$ 930.123.244	\$ 1.013.639.782
Menos impuestos	\$ 247.404.287	\$ 267.716.649	\$ 368.862.843	\$ 397.569.542	\$ 433.919.410
Flujo Después de Impuestos	\$ 485.845.204	\$ 525.643.481	\$ 495.369.202	\$ 532.553.702	\$ 579.720.372

Concepto		2016	2017	2018	2019	2020
Más Depreciación		\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 715.685	\$ 715.685
Más Amortizaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Bruto		\$ 486.528.074	\$ 526.326.351	\$ 496.052.072	\$ 533.269.387	\$ 580.436.057
Menos Inversión en Capital de Trabajo		\$ -	\$ -	\$ 535.503	\$ 2.067.345	\$ 562.278
Flujo de Caja Libre	-\$ 100.000.000	\$ 486.528.074	\$ 526.326.351	\$ 495.516.569	\$ 531.202.042	\$ 579.873.779
Variación del Flujo de Caja Libre			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión Inicial		\$ 100.000.000				
Tasa Interna de Retorno - TIR		\$ 5				
WACC		\$ 0				
Valor Presente Neto - VPN		\$ 1.449.135.473				
Periodo de Payback		\$ 1				
Tasa de Crecimiento Flujo de Caja - g		\$ 0				
Costo de Deuda - Kd		\$ 0				
Endeudamiento Objetivo		\$ 0				
Costo de Capital - Ke		\$ 0				

➤ **ESCENARIO PESIMISTA**

• ESTADO DE RESULTADOS

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Operacionales					
Ajedrez Batalla De Boyacá	\$ 68.487.000	\$ 71.223.000	\$ 74.067.000	\$ 77.034.000	\$ 80.112.000
Copa	\$ 57.357.000	\$ 61.131.000	\$ 64.466.000	\$ 69.958.000	\$ 73.450.000
Bombonera	\$ 53.087.000	\$ 56.639.000	\$ 60.432.000	\$ 65.236.000	\$ 69.196.000
Plato Tolima	\$ 42.711.000	\$ 45.501.000	\$ 48.373.000	\$ 52.598.000	\$ 56.590.000
Fancy Slimline Pen	\$ 10.738.000	\$ 11.174.000	\$ 11.616.000	\$ 12.058.000	\$ 12.562.000
European Pen	\$ 12.420.000	\$ 12.902.000	\$ 13.426.000	\$ 13.974.000	\$ 14.522.000
American Pen	\$ 11.643.000	\$ 12.097.000	\$ 12.583.000	\$ 13.101.000	\$ 13.608.000
Total Ingresos	\$ 256.443.000	\$ 270.667.000	\$ 284.963.000	\$ 303.959.000	\$ 320.040.000
Variacion de la Venta		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costo de Ventas					
Ajedrez Batalla De Boyaca	\$ 16.936.323	\$ 17.613.776	\$ 18.318.327	\$ 19.051.060	\$ 19.813.102
Copa	\$ 13.240.821	\$ 14.139.305	\$ 15.088.483	\$ 16.090.972	\$ 17.149.518
Bombonera	\$ 12.104.123	\$ 12.944.560	\$ 13.832.866	\$ 14.771.525	\$ 15.763.144
Plato Tolima	\$ 9.617.397	\$ 10.349.991	\$ 11.125.806	\$ 11.947.125	\$ 12.816.349
Fancy Slimline Pen	\$ 2.195.252	\$ 2.283.062	\$ 2.374.384	\$ 2.469.360	\$ 2.568.134
European Pen	\$ 2.947.902	\$ 3.065.818	\$ 3.188.450	\$ 3.315.988	\$ 3.448.628
American Pen	\$ 2.250.412	\$ 2.340.428	\$ 2.434.045	\$ 2.531.407	\$ 2.632.664
Total Costo de Ventas	\$ 59.292.229	\$ 62.736.940	\$ 66.362.362	\$ 70.177.437	\$ 74.191.539
% de Costo de Ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Bruta	\$ 197.150.771	\$ 207.930.060	\$ 218.600.638	\$ 233.781.563	\$ 245.848.461
Gastos Operacionales					

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	\$ 24.168.863	\$ 25.248.546	\$ 26.343.433	\$ 27.449.760	\$ 28.549.408
Honorarios	\$ 22.781.500	\$ 16.838.400	\$ 17.512.800	\$ 18.177.600	\$ 18.813.600
Impuestos	\$ 1.221.000	\$ 1.289.000	\$ 1.357.000	\$ 1.447.000	\$ 1.524.000
Arrendamientos	\$ 540.000	\$ 567.000	\$ 595.400	\$ 625.200	\$ 656.500
Contribuciones	\$ 1.400.000	\$ -	\$ -	\$ 1.470.000	\$ -
Seguros	\$ 2.500.000	\$ 2.625.000	\$ 2.756.300	\$ 2.894.100	\$ 3.038.800
Servicios	\$ 10.142.380	\$ 10.649.499	\$ 11.182.000	\$ 11.741.200	\$ 12.328.300
Gastos legales	\$ 623.400	\$ 598.920	\$ 628.900	\$ 660.400	\$ 693.500
Mantenimiento	\$ 2.620.000	\$ 2.751.000	\$ 2.888.600	\$ 3.033.000	\$ 3.184.600
Gastos de viaje	\$ 2.233.300	\$ 2.344.965	\$ 2.462.300	\$ 2.585.400	\$ 2.714.700
Depreciaciones	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 715.685	\$ 715.685
Diversos	\$ 3.964.601	\$ 4.166.376	\$ 4.376.500	\$ 4.607.200	\$ 4.839.800
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Operacionales	\$ 72.877.914	\$ 67.761.576	\$ 70.786.103	\$ 75.406.545	\$ 77.058.893
Utilidad Operacional	\$ 124.272.858	\$ 140.168.484	\$ 147.814.535	\$ 158.375.018	\$ 168.789.568
Otros Ingresos					
Financieros					
Total Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos					
Gastos Financieros	\$ 2.401.772	\$ 2.527.468	\$ 2.656.892	\$ 2.504.769	\$ 2.312.617
Total Otros Egresos	\$ 2.401.772	\$ 2.527.468	\$ 2.656.892	\$ 2.504.769	\$ 2.312.617
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 121.871.086	\$ 137.641.016	\$ 145.157.643	\$ 155.870.249	\$ 166.476.951
Impuestos de Renta	\$ 30.467.771	\$ 34.410.254	\$ 36.289.411	\$ 38.967.562	\$ 41.619.238
Impuestos para la Equidad	\$ 10.968.398	\$ 12.387.691	\$ 13.064.188	\$ 14.028.322	\$ 14.982.926

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Neta	\$ 80.434.917	\$ 90.843.070	\$ 95.804.045	\$ 102.874.36 4	\$ 109.874.78 8
EBITDA	\$ 121.188.21 6	\$ 136.958.14 6	\$ 144.474.77 3	\$ 155.154.56 4	\$ 165.761.26 6

- BALANCE GENERAL

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	\$ 199.152.5 16	\$ 248.204.2 74	\$ 344.384.83 3	\$ 445.879.93 4	\$ 555.895.21 6
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deudores					
Clientes	\$ 21.370.25 0	\$ 22.555.58 3	\$ 23.746.917	\$ 25.329.917	\$ 26.670.000
Anticipos y Avances	\$ -	\$ -	\$ 1	\$ 2	\$ 3
Anticipo Impuestos	\$ 9.582.355	\$ 10.137.33 2	\$ 10.721.377	\$ 11.335.925	\$ 11.982.482
Deudas de Difícil Cobro					
Provisiones					
Total Deudores	\$ 30.952.60 5	\$ 32.692.91 6	\$ 34.468.294	\$ 36.665.843	\$ 38.652.485
Inventarios	\$ 597.487	\$ 621.387	\$ 646.242	\$ 672.092	\$ 698.975
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 230.702.6 08	\$ 281.518.5 76	\$ 379.499.36 9	\$ 483.217.87 0	\$ 595.246.67 7
ACTIVO FIJOS					
Propiedad Planta y Equipo					
Maquinaria y Equipo	\$ 8.584.921	\$ 8.584.921	\$ 9.120.424	\$ 9.120.424	\$ 9.682.702
Equipos de Oficina	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700	\$ 265.700
Equipo Computo y Comunicación	\$ 1.968.900	\$ 1.968.900	\$ 1.968.900	\$ 4.036.245	\$ 4.036.245
Depreciación Acumulada	-\$ 1.745.363	-\$ 3.490.727	-\$ 5.248.840	-\$ 7.039.768	-\$ 8.844.084

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 9.074.158	\$ 7.328.794	\$ 6.106.184	\$ 6.382.601	\$ 5.140.563
OTROS ACTIVOS					
Diferidos					
Valorizaciones					
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 239.776.766	\$ 288.847.371	\$ 385.605.553	\$ 489.600.470	\$ 600.387.240
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores	\$ 11.578.678	\$ 11.651.789	\$ 12.333.610	\$ 13.051.334	\$ 13.806.741
Cuentas por Pagar	\$ 6.073.159	\$ 5.646.798	\$ 5.898.842	\$ 6.283.879	\$ 6.421.574
Impuestos Gravámenes y Tasas	\$ 41.690.011	\$ 270.796	\$ 291.068	\$ 308.860	\$ 327.738
Obligaciones Laborales					
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 59.341.849	\$ 17.569.384	\$ 18.523.521	\$ 19.644.073	\$ 20.556.053
PASIVO NO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 59.341.849	\$ 17.569.384	\$ 18.523.521	\$ 19.644.073	\$ 20.556.053
PATRIMONIO					
Capital	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Utilidad del Ejercicio	\$ 80.434.917	\$ 90.843.070	\$ 95.804.045	\$ 102.874.364	\$ 109.874.788
Utilidad de Ejercicios Anteriores	\$ -	\$ 80.434.917	\$ 171.277.988	\$ 267.082.033	\$ 369.956.399

Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL PATRIMONIO	\$ 180.434.917	\$ 271.277.987	\$ 367.082.032	\$ 469.956.398	\$ 579.831.187
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 239.776.766	\$ 288.847.371	\$ 385.605.553	\$ 489.600.470	\$ 600.387.240

• FLUJO DE EFECTIVO

Concepto		2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Operacionales		\$ 256.443.000	\$ 270.667.000	\$ 284.963.000	\$ 303.959.000	\$ 320.040.000
Egresos Operacionales		\$ 132.170.142	\$ 130.498.516	\$ 137.148.465	\$ 145.583.982	\$ 151.250.432
Utilidad Operacional		\$ 124.272.858	\$ 140.168.484	\$ 147.814.535	\$ 158.375.018	\$ 168.789.568
Menos impuestos		\$ 41.436.169	\$ 46.797.945	\$ 49.353.599	\$ 52.995.885	\$ 56.602.163
Flujo Después de Impuestos		\$ 82.836.689	\$ 93.370.538	\$ 98.460.937	\$ 105.379.133	\$ 112.187.404
Más Depreciación		\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 682.870	\$ 715.685	\$ 715.685
Más Amortizaciones		-	-	-	-	-
Flujo de Caja Bruto		\$ 83.519.559	\$ 94.053.408	\$ 99.143.807	\$ 106.094.818	\$ 112.903.089
Menos Inversión en Capital de Trabajo		\$ -	\$ -	\$ 535.503	\$ 2.067.345	\$ 562.278
Flujo de Caja Libre	-\$ 100.000.000	\$ 83.519.559	\$ 94.053.408	\$ 98.608.303	\$ 104.027.473	\$ 112.340.811
Variación del Flujo de Caja Libre			\$ 0	-\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión Inicial		\$ 100.000.000				
Tasa Interna de Retorno - TIR		\$ 1				
WACC		\$ 0				

Concepto		2016	2017	2018	2019	2020
Valor Presente Neto - VPN		\$ 198.966.646				
Periodo de Payback		\$ 2				
Tasa de Crecimiento Flujo de Caja - g		\$ 0				
Costo de Deuda - Kd		\$ 0				
Endeudamiento Objetivo		\$ 0				
Costo de Capital - Ke		\$ 0				