

**APROVECHAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE
BARNIZ DE PASTO**

**MAIRA GIMENA BOTINA BENAVIDES
MARTHA ELIANA CORDOBA CEPEDA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN IDENTIFICACIÓN, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA EN METODOLOGÍA GENERAL
AJUSTADA (MGA)
SAN JUAN DE PASTO
2014**

**APROVECHAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE
BARNIZ DE PASTO**

MAIRA GIMENA BOTINA BENAVIDES
MARTHA ELIANA CORDOBA CEPEDA

Trabajo Presentado Para Optar el Título de Administrador De Empresas.

Asesor:
MG. DIEGO MAURICIO DIAZ VELASQUEZ

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN IDENTIFICACIÓN, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA EN METODOLOGÍA GENERAL
AJUSTADA (MGA)
SAN JUAN DE PASTO
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

"Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Artículo 1 de acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1966 emanada del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño."

NOTA DE ACEPTACIÓN

Codirector

Jurado

Jurado

San Juan De Pasto, Marzo 2014

RESUMEN

El presente proyecto desarrolla su temática de estudio en las estrategias de mercadeo para el fortalecimiento de la comercialización de artesanías en Técnica de Barniz de Pasto, sabiendo que la técnica del barniz es única en el mundo y como tal no ha obtenido valor en el mercado nacional, en gran parte por las prácticas de mercadeo mal utilizadas y porque muchos de los artesanos no conocen un medio de comercialización efectivo; durante muchos años la técnica de Barniz de Pasto ha sido desarrollada por maestros que con el paso de los años han dejado esta labor, porque ya no representa un trabajo estable, ni sostenible para sus familias, por lo anterior, se quiere lograr que los artesanos de Barniz de Pasto obtengan un conocimiento mucho más amplio y especializado en, como poder comercializar sus productos, a través de la participación continua en ferias nacionales y regionales, organizadas por entes públicas y otras organizadas por entes privados, la exposición y venta de sus productos en un espacio de comercialización para beneficio de los artesanos barnizadores a fin de incrementar sus ventas y lograr que la técnica perdure con el paso de los años.

Para la formulación del presente trabajo, el principal componente de análisis es el aprovechamiento de las estrategias de mercadeo para fortalecer la comercialización de las Artesanías de Barniz de Pasto mediante la implementación de una alternativa viabilizada y analizada en el desarrollo del proyecto, la cual es establecer mecanismos de promoción para penetrar a nuevos mercados regionales, nacionales e internacionales, en la cual se determinó con los 67 artesanos Barnizadores, y mediante medios de evaluación es la mejor alternativa a desarrollar e implementar.

ABSTRACT

This project develops its subject of study in marketing strategies for strengthening the marketing of handicrafts in Pasto Varnish Technique , knowing veneer technique is unique in the world and as such has no value obtained in the domestic market largely by marketing practices and misused because many of the artisans do not know an effective means of marketing, for many years the art of Pasto Varnish has been developed by teachers over the years have made this work because there is already a nor sustainable steady work for their families , by the above, is to ensure that the artisans of Pasto Varnish obtain a much broader and specialized as knowledge to market their products through participation continued in national and regional trade shows , organized by public authorities and other private entities organized by the exhibition and sale of their products in a marketing space for the benefit of barnizadores artisans to increase their sales and make technical endures with over the years .

For the formulation of this paper , the principal component analysis is the use of marketing strategies to strengthen the marketing of handicrafts Pasto Varnish by implementing a made viable alternative analyzed in the project , which is set promotion mechanisms to penetrate new regional , national and international markets, which was determined with 67 artisans Varnishers , and by means of evaluation is the best alternative to develop and implement.

CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN.....	12
JUSTIFICACIÓN.....	13
1. APROVECHAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE BARNIZ DE PASTO	14
1.1. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA.....	14
1.1.1 Contribución al plan nacional de desarrollo.....	14
1.1.2 Contribución al plan departamental de desarrollo	15
1.1.3 Contribución al plan municipal de desarrollo.....	16
1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2.1 Problema Central.....	21
1.2.2 Descripción del problema.....	21
1.2.3 Causas que genera el problema central.....	24
1.2.4 Efectos que genera el problema central	24
1.3 ANALISIS DE PARTICIPANTES	26
1.3.1 Beneficiarios del proyecto	26
1.3.2 Cooperantes del proyecto	27
1.3.3 Población afectada y objetivo	28
1.3.3.1 población afectada.....	28
1.3.3.2 Población objetivo.....	28
1.4 OBJETIVO GENERAL	28
1.4.1 Indicadores del objetivo general.....	28
1.4.2 Objetivos específicos	29
1.5 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	30
1.5.1 Descripción de la alternativa escogida	31
2. FASE II: PREPARACIÓN DEL PROYECTO.....	33
2.1. ANALISIS TECNICO DE LA ALTERNATIVA	33

2.1.1 Descripción del producto.....	33
2.2 ESTUDIO DE MERCADO	34
2.2.1 Análisis del consumidor	34
2.2.2 Análisis de la demanda	35
2.2.3 Análisis de la oferta.....	37
2.2.4 Análisis de precios	39
2.2.5 Análisis de la comercialización	42
2.2.6 Análisis de la competencia.....	44
2.2.7 Tamaño del proyecto	45
2.2.8 Ingeniería del proyecto	46
2.9 CAPACIDAD Y BENEFICIARIOS	49
2.10 LOCALIZACION DE LA ALTERNATIVA	49
2.11 ESTUDIO AMBIENTAL.....	51
2.12 ANÁLISIS DE RIESGOS	51
2.13 COSTO DE LA ALTERNATIVA	51
2.14 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	52
2.15 CUANTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE BENEFICIOS E INGRESOS	52
3. FASE III: EVALUACIÓN EX ANTE	54
3.1 JUSTIFICACION DE COSTO DE OPORTUNIDAD TOMADO	54
3.2 EVALUACION FINANCIERA	54
3.3 INDICADORES FINANCIEROS.....	54
4. FASE IV: TOMA DE DECISION Y PROGRAMACION DEL PROYECTO	56
4.1 FUENTE DE FINANCIACIÓN	56
4.2 PROGRAMACIÓN DE INDICADORES.....	56
4.2.1 Indicadores de producto	56
4.2.2 Indicadores de gestión	56
CONCLUSIONES	57
BIBLIOGRAFÍA.....	58
ANEXOS	59

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfico 1.Árbol de Problemas	23
Gráfico 2. Árbol de Objetivos	29
Gráfico 3. Demanda de Bomboneras	36
Gráfico 4. Demanda de Portavasos	36
Gráfico 5. Grafica de dispersión.....	38
Gráfico 6. Grafica de dispersión.....	39
Gráfico 7. Canal de comercialización de las artesanías de Barniz de Pasto	44
Gráfico 8. Proceso de comercialización	47
Gráfico 9. Proceso de participación en ferias artesanales.....	49
Gráfico 10. Ubicación del Municipio de Pasto	50

LISTA DE TABLA

Pág.

Tabla 1. Selección de la Alternativa	31
Tabla 2. Demanda histórica de Bomboneras y Porta vasos	35
Tabla 3. Producción bomboneras	37
Tabla 4. Producción de Portavasos	38
Tabla 5. Precios de servicios	41
Tabla 6. Precio histórico y proyectado de bomboneras y portavasos	42
Tabla 7. Evaluación de micro localización de alternativa	50
Tabla 8. Resumen Presupuesto del proyecto	51
Tabla 9. Depreciación de Activos	52
Tabla 10. Ingresos generados por el proyecto	53
Tabla 11. Flujo de caja	54
Tabla 12. Indicadores de evaluación financiera	54

LISTA DE ANEXO

Pág.

Anexo A. Análisis de participación	60
Anexo B. Matriz marco lógico barniz de Pasto	61

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto desarrolla su temática de estudio en las estrategias de mercadeo para el fortalecimiento de la comercialización de artesanías en Técnica de Barniz de Pasto, sabiendo que la técnica del barniz es única en el mundo y como tal no ha obtenido valor en el mercado nacional, en gran parte por las prácticas de mercadeo mal utilizadas y porque muchos de los artesanos no conocen un medio de comercialización efectivo; durante muchos años la técnica de Barniz de Pasto ha sido desarrollada por maestros que con el paso de los años han dejado esta labor, porque ya no representa un trabajo estable, ni sostenible para sus familias, por lo anterior, se quiere lograr que los artesanos de Barniz de Pasto obtengan un conocimiento mucho más amplio y especializado en, como poder comercializar sus productos, a través de la participación continua en ferias nacionales y regionales, organizadas por entes públicas y otras organizadas por entes privados, la exposición y venta de sus productos en un espacio de comercialización para beneficio de los artesanos barnizadores a fin de incrementar sus ventas y lograr que la técnica perdure con el paso de los años.

La característica principal de este proyecto es dar a conocer la importancia que tiene la comercialización para la subsistencia del producto en un mercado determinado y para la penetración de nuevos mercados, siendo un medio de apoyo a los productores y maestros que se dedican a la aplicación de la técnica del Barniz de Pasto, implementando estrategias de mercadeo, entre las cuales encontramos la explotación de un recurso muy importante a nivel mundial, los medios de comunicación, siendo estos, el medio más globalizado para dar a conocer el producto y abrirse nuevas puertas de mercado, a nivel nacional e internacional.

Para la formulación del presente trabajo, el principal componente de análisis es el aprovechamiento de las estrategias de mercadeo para fortalecer la comercialización de las Artesanías de Barniz de Pasto mediante la implementación de una alternativa viabilizada y analizada en el desarrollo del proyecto, la cual es establecer mecanismos de promoción para penetrar a nuevos mercados regionales, nacionales e internacionales, en la cual se determinó con los 67 artesanos Barnizadores, y mediante medios de evaluación es la mejor alternativa a desarrollar e implementar.

JUSTIFICACIÓN

En el marco de la integración Universidad – Región, se busca que la academia contribuya a la solución de problemáticas que presenta la población de algunos sectores productivos, por lo anterior y gracias a la formación académica en ciencias administrativas y contables que se obtuvo en la Universidad de Nariño, las investigadoras contribuyen a la solución de la problemática encontrada sobre el proceso de comercialización en el subsector artesanal del Municipio de Pasto, específicamente en la Técnica de barniz de Pasto.

La presente propuesta radica en solucionar la problemática, centrada en el débil proceso de comercialización de artesanía de Barniz de Pasto mediante el establecimiento de estrategias de mercadeo enfocadas principalmente en la promoción. Por medio de la constitución de una Comercializadora de Artesanías, los maestros artesanos tendrán la posibilidad de incrementar sus ventas y que las artesanías sean reconocidas a nivel regional y nacional; constituyéndose como un eslabón para el mejoramiento de la comercialización, factor que aporta enormemente al mejoramiento de la calidad de vida de los artesanos viéndose reflejado en el incremento de sus ingresos.

El presente proyecto, busca que el sector artesanal de la Técnica de Barniz de Pasto sea conocido por toda la población regional y nacional, y aportar para el mejoramiento de la competitividad del mismo.

1. APROVECHAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE BARNIZ DE PASTO

FASE I: IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO. La identificación del proyecto se ha realizado teniendo en cuenta los pasos de la metodología general ajustada, permitiendo también identificar el problema principal del proyecto, mediante el análisis de la participación, análisis de problemas, análisis de objetivos, análisis de alternativas, la cual se resume en la información de la Matriz de Planificación del proyecto.

1.1. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA

1.1.1 Contribución al plan nacional de desarrollo. De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, “Prosperidad para todos” se busca la prosperidad para todos los Colombianos, en la “Igualdad de oportunidades para la prosperidad social” en el Capítulo IV del plan de Desarrollo; en el eje estratégico “Política Integral de Desarrollo y Protección Social” el gobierno promoverá “la Empleabilidad, fomentará el emprendimiento y la generación de ingresos” para el mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes.

Según el Plan de Desarrollo Nacional, a través “de un nuevo, o significativamente mejorado, producto, proceso, nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa”¹ se puede conseguir la innovación que les permite a los sectores productivos “mantenerse y competir eficientemente en un mercado e impulsar un cambio en el crecimiento de la economía”²; “promover actividades que permitan la realización de negocios entre los empresarios de las diferentes regiones”³ y “la reducción de la intermediación y la comercialización colectiva de productos”⁴ mejorará el proceso de comercialización de los sectores productivos y posibilita mejorar las condiciones de vida de la población, la competitividad de las empresas y el crecimiento económico del país. El presente proyecto aportará a mejorar las condiciones de vida del sector artesanal principalmente a los artesanos de Barniz

¹ PLAN DE DESARROLLO NACIONAL. “Prosperidad para todos 2010-2014”. p. 70

² Ibídem. p. 209

³ Ibídem p. 225

⁴ Ibídem p. 239

de Pasto mediante la adopción de nuevas estrategias de comercialización con el fin de incrementar las ventas de sus productos artesanales y por ende mejorar sus ingresos.

1.1.2 Contribución al plan departamental de desarrollo. Con base el Plan de Desarrollo Departamental 2012 – 2015 “Nariño Mejor”, se establece como eje estratégico Nariño Productivo y Competitivo, el cual tiene como fin definir una serie de estrategias que fortalezcan y dinamicen la productividad del departamento, posibilitando a sectores como el artesanal la oportunidad de crecer y mejorar sus competitividad, siendo este un medio que hace posible el mejoramiento de la calidad de vida de los nariñenses.

En el programa 2, “Desarrollo Productivo”, donde trata estrategias y políticas a través del subprograma de “Turismo, Artesanías, Comercio y Servicios”; el desarrollo de este subprograma no solo contribuye a nuestro proyecto al fortalecer el sector artesanal en el departamento de Nariño sino que a su vez propende el mejoramiento del comercio, como base fundamental del desarrollo entendiendo que los niveles de productividad y de ingresos no son el fin sino el medio para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de la población Nariñense. Además de esto mediante ésta, mirada estratégica “se gestionara la protección y salvaguardas de los productores del departamento frente a los efectos que genere el TLC con la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, y Mercosur”⁵, que para gran parte de productores se ve como una oportunidad y a su vez como una amenaza, ya que estas alianzas comerciales permiten la entrada de productos similares a los expuestos por nuestro artesanos y que generan una fuerte competencia, si bien su producto no es el mismo, los mismos se encargan de abastecer la demanda de los productos ofrecidos por nuestros artesanos productores. Pero también es vista estas alianzas comerciales como una oportunidad de desarrollo y mejora del producto al permitir la exportación y la libre comercialización, aunque no sea desarrollada en gran parte como fuera lo esperado.

“El consejo Nacional de Competitividad en su informe nacional 2008 – 2009, plantea que la competitividad del país tiene una dimensión regional y que las empresas que operan dentro de cada región, dependen en una medida importante de las características del entorno. En este informe, el CNC define que un entorno favorable exige de las regiones: talento humano calificado, infraestructura física, tecnológica adecuada y la disponibilidad de recursos naturales, entre otros factores, que para el departamento de Nariño presentan niveles bajos de

⁵ GOBERNACION DE NARIÑO. Plan de desarrollo departamental “Nariño mejor” 2012-2015. p. 181

competitividad. De esta forma, el CNC clasifica al departamento de Nariño como un “Polo para el Desarrollo Local”⁶

Considerando que el departamento de Nariño es núcleo principal de la producción artesanal con el 14.34% de participación en el número de artesanos del país. Y reconociendo también que la técnica de Barniz de Pasto es única en el mundo, donde su producción se certifica bajo el sello de calidad “hecho a mano” otorgado por el ICONTEC. Es un sector en potencial desarrollo y contribuyente a la productividad del departamento.

1.1.3 Contribución al plan municipal de desarrollo. Con base al Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015 “Pasto: Transformación Productiva” establece como línea estratégica, Productividad y Competitividad Urbana y Rural, donde establece que la productividad y la competitividad son entendidas como la eficiencia en el manejo de recursos dentro del proceso de generación de valor, “Por este motivo, la política de productividad y competitividad pretende encauzar los esfuerzos y anhelos de la población hacia el aprovechamiento de sus recursos más productivos y potencialidades más ventajosas, con miras a su integración total a mercados de carácter regional, nacional e internacional, en calidad de protagonista esta línea se encuentra ligada al primer objetivo del milenio “Erradicar la pobreza extrema” a través de la construcción y el fortalecimiento de las cadenas productivas sostenibles”.⁷ Dentro del programa Plan Local de Empleo busca unificar esfuerzos en la creación de nuevas empresas y de alternativas de empleo, mediante la gestión de desarrollo empresarial. La Alcaldía de Pasto está comprometida con el Municipio y los artesanos del Barniz de Pasto, en el establecimiento de metas y proyectos en pro del crecimiento y desarrollo económico; fortaleciendo a los sectores a través de capacitaciones, educación, ruedas de negocios, centros de emprendimiento, encuentros empresariales y ferias binacionales, que fortalezcan las pequeñas y medianas empresas, así como también la formalización de nuevas asociaciones empresariales que aporten con la mejora y productividad del Municipio.

- La Artesanía de Barniz de Pasto en el Departamento de Nariño

La actividad artesanal en Nariño tiene gran relevancia nivel nacional e internacional, gracias a la originalidad y el sello de calidad Hecho a mano

⁶ PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL. “Nariño mejor” 2012-2015. p. 83

⁷ ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO. Plan de desarrollo municipal “Pasto: transformación productiva” 2012 – 2015. p. 53 - 55

proporcionado por el ICONTEC, una de las muestras más representativas del departamento es el Barniz de Pasto, técnica única en el mundo que se desarrolla en la capital del departamento.

Técnicas como la de Barniz de Pasto agrupan a un número de 67 artesanos, siendo Pasto como el centro de la producción artesanal y Putumayo como el centro del cultivo y recolección de la materia prima: Mopa – mopa, los artesanos de barniz de Pasto ubicados en un 95,94% en la ciudad de Pasto en barrios como El Calvario, Miraflores, Mijitayo, La Floresta, Corazón de Jesús, San Lorenzo Chapal y Tamasagra; y el 4,06% en el Municipio de La Cruz.

La técnica de Barniz de Pasto es un recubrimiento o aplicación de telas elásticas, elaboradas con resina vegetal obtenida de un arbusto silvestre llamado mopa – mopa, el cual existe en los bosques andinos y en la selva del Putumayo; esta aplicación es utilizada para decoración de objetos generalmente en madera. El mopa mopa debe ser sometido a un proceso de macerado, molienda, cocción y estiramiento para su transformación en laminillas de color transparente, a las cuales se les aplica tintes con el fin de pegarlas sobre las piezas a decorar.

Los productos terminados de otros artesanos sirven como materia prima para la aplicación de la técnica del Barniz de Pasto la cual se hace combinando colores sobre diseños previamente dibujados en la superficie de los objetos a barnizar, los artículos a decorar pueden ser planos o en relieve elaborados por talladores, ebanistas o torneros. La exclusividad como oficio radica en la materia prima y el diseño con la cual se realizan los apliques a los objetos.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

- **Principales problemas identificados.** Con la participación de los artesanos de barniz de Pasto se identificó la siguiente problemática que afecta el subsector artesanal:

1. Baja innovación de productos. Los artesanos de Barniz de Pasto, son muy apegados a sus costumbres y arraigos culturales, es por ello que no permiten que se les haga modificaciones en sus diseños a pesar de esfuerzos hechos por Artesanías de Colombia en capacitarlos para el cambio de diseños, estos siguen con diseños de que solo muestran paisajes armónicos y diseños abstractos, siendo solo llamativos para algunos, pero no para otro mercado a los cuales no se ha tenido en cuenta para el cambio del diseño.

2. Insuficiente aplicación de la técnica en nuevos productos. La técnica de Barniz de Pasto es aplicada a objetos decorativos para ambientes empresariales y familiares, y no se ha dado la oportunidad de incursionar en aplicar la técnica del Barniz a otros productos, como cuadernos, bolsos, sillas, muebles, camas, armarios etc., elementos que muestran una utilidad cotidiana en la casa o en oficina.

3. Bajo desarrollo del producto. Al hablar del bajo desarrollo del producto, se refiere a que la técnica del Barniz por años ha sido la única en el mundo, siendo esta una tradición ancestral, teniendo pocos avances en el desarrollo de la técnica a través de los años, interrumpiendo la proliferación de la técnica hacia otros lugares del departamento y del país.

4. Bajos niveles de valor agregado al producto. El producto final entregado por los artesanos, carecen de valor agregado, disminuyendo el interés de los clientes por comprar.

5. Poca intervención del cliente para el diseño del producto. En algunas ocasiones el cliente puede intervenir escogiendo el diseño del producto, únicamente cuando se hace sobre pedido, y se escoge de los diseños que el artesano tiene, mas no se ha dado el cliente la oportunidad de escoger un diseño fuera de los dados por el artesano, lo que impide lograr la total satisfacción del cliente.

6. Competencia desleal. Las malas relaciones entre artesanos y la competencia directa que se hace en el mercado local, ha hecho que los artesanos vendan sus productos a los intermediarios que mejor paguen sus productos, en algunos casos dando el producto fuera del rango de precios normal, dado por los demás artesanos, lo que causa que se dé una competencia desleal en el mercado.

7. Inestables estrategias de fijación de precios. Las dificultades en el mercado regional ha formando discrepancias entre los artesanos de la técnica y esto a su vez ha impedido que los maestros y artesanos de la técnica de Barniz de Pasto, tengan la disponibilidad de fijar precios para los productos en las diferentes modalidades, siendo esto un motivo más para aumentar su desunión.

8. Baja estandarización de precios. Ni en los talleres, ni en los puntos de venta de los intermediarios los precios son estandarizados, por lo que los clientes buscan los productos con menores precios sin mirar calidad y diseño.

9. Alta Volatilidad de precios en la materia prima.Aunque los artesanos de Barniz de Pasto comercializan productos completos, no todos se dedican a la producción de los objetos en los que se aplica la técnica del Barniz, es por ello que se compra la materia prima y que en muchos casos suben de precios constantemente, incrementando el precio del producto final del Barniz.

10. Altos niveles de intermediación.Como no todos los artesanos disponen de un negocio propio, se ven en la obligación de vender sus productos a intermediarios que ya tienen sus negocios establecidos, y los cuales se han ido incrementando con el paso de los años, dando como resultado la baja estimación del producto final de la artesanía de Barniz de Pasto.

11. Inadecuada segmentación del mercado.El mercado regional y nacional no ha sido establecido ni determinado de acuerdo a gustos, genero, estratos o edades. El producto de barniz de Pasto no se ha segmentado de la manera más adecuada con el fin de incursionar en nuevos mercados y ampliar sus ventas.

12. Limitados espacios para la disposición y distribución del producto.En el municipio de Pasto son escasos los lugares de economía artesanal donde el cliente pueda dirigirse y comprar los utensilios y detalles decorativos como es el caso del Centro Comercial Bomboná y aun así este centro comercial abarca en su gran mayoría productos diversos que son competencia indirecta para los intermediarios del Barniz.

13. Baja implementación de estrategias de distribución.En el sector de la artesanía de Barniz de Pasto el proceso de distribución de los productos es ineficiente puesto que tanto los lugares donde se exhiben y se distribuyen son inefectivos.

14. Desconocimiento de nuevos canales de distribución.El manejo de los canales de distribución en el sector artesanal es muy corto por lo cual impide que el mercado de comercialización se amplíe y por ende el posicionamiento del producto.

15. Desaprovechamiento de grandes superficies comerciales para la localización de nuevos locales de distribución.Centros comerciales como Alkosto, Éxito, Unicentro, Único son grandes superficies en las cuales no se localiza ningún negocio artesanal de Barniz de Pasto, desperdiciando la gran afluencia de clientes potenciales nacionales y extranjeros.

16. Lugares de venta de productos poco llamativos. Los espacios utilizados para la exhibición de las artesanías son de poca atención al público, la imagen corporativa que manejan los negocios y talleres son precarios e insipientes dentro de las exigencias del mercado regional.

17. Bajo posicionamiento de las artesanías a nivel nacional. Las artesanías de Barniz de Pasto al ser considerada como patrimonio cultural de la nación, no muestra el posicionamiento que debería tener ya que su comercialización dentro del país, es baja y en algunos departamentos ni siquiera es reconocida como artesanía Nariñense, lo que indica que la artesanía de Barniz de Pasto tiene un bajo posicionamiento nacional e internacional.

18. Insuficiente utilización de nuevos espacios físicos y medios de comunicación. La promoción establecida para las artesanías es insuficiente ya que los medios de comunicación, como volantes, páginas de internet, propagandas televisivas y radiales son de escaso uso en el medio. Además no se cuenta con una infraestructura donde se comercialice los productos.

19. Baja participación y organización de ferias. A pesar de que se ha organizado ferias, los artesanos de la técnica de Barniz no participan constantemente cuando se abren las convocatorias, y a su vez la poca participación de los artesanos en ferias realizadas por entes gubernamentales, se debe a que se escoge a un número limitado de artesanos para que participen dejando de lado a los demás.

20. Escasa penetración del mercado. Los artesanos tienen dificultades al sacar los productos artesanales a otros mercados, por la falta de recursos y también por temor a penetrar nuevos mercados.

21. Bajas ventas de artesanías de Barniz de Pasto. Cuando no se tiene un mercado penetrado, canales de distribución bien establecidos y la promoción que se le hace al producto es escasa entonces, las ventas y los ingresos son bajos.

22. Insuficiente utilización de estrategias de Mercadeo. La comercialización que utilizan los artesanos es la básica y aun así, es mal implementada en los mercados locales y nacionales. Porque no se conoce las adecuadas estrategias de mercadeo; por lo tanto, las ventas y el posicionamiento de las artesanías de Barniz de Pasto son bajas.

23. Planes de mercados disponibles y sin implementar. La Universidad de Nariño, entre otras instituciones públicas, han contribuido a la solucionar algunos problemas de comercialización que se presenta en la técnica de Barniz de Pasto, elaborando planes de mercadeo pero que no han sido implementados por los artesanos, porque son difíciles de interpretar o por la falta de recursos.

24. Escasa diversificación de productos. Los productos para la aplicación de la técnica de Barniz de pasto han sido utilizados solo para algunos elementos convirtiéndose en monotonía para el cliente, puesto que lo limita a la hora de escoger entre producto y diseño.

25. Desconocimiento de ubicación de locales de comercialización. La comunidad en general así como cliente potenciales desconocen los lugares donde se ubican los centros de producción, distribución y venta de las artesanías Barnizadas. Generando la pérdida de clientes y desorientación de la comunidad local y regional en general. Con base en la anterior situación problemática, y luego de ponderar los problemas por medio la Matriz de Motricidad y Dependencia (Ver anexo 1) se identifica el problema central.

1.2.1 Problema Central. Insuficiente utilización de estrategias de mercadeo en las artesanías de Barniz de Pasto en el Municipio de Pasto. (Ver Grafica N°1)

1.2.2 Descripción del problema. La producción de las artesanías es realizado por maestros que sobrepasan los 40 años de edad; razón por la cual dificulta la aceptación de los cambios en el mundo moderno y por la baja capacitación en diseño y acabado de la pieza artesanal; se vislumbra una baja innovación de los diseños, al igual que escasa diversificación de productos ya que la técnica la aplican en su mayoría en productos de madera decorativos y no en productos de mayor uso, haciendo que se presente bajo desarrollo del producto ya que no se ha adaptado a los cambios del mercado ni a las exigencias de la demanda y a su vez existen bajos niveles de valor agregado.

El proceso de comercialización de la artesanía de Barniz de Pasto se realiza mediante la forma tradicional de comercialización: venta directa de carácter minorista o a intermediarios, donde los artesanos manejan precios acordes al diseño, acabado y tamaño de la pieza, pero el intermediario en muchas ocasiones impone los precios sin dar opción de negociación afectando el margen de ganancias de los productos; por lo tanto las inestables estrategias de fijación de precios y la alta intermediación el mercado, hace que se presente un baja

estandarización de precio de las artesanías, causando competencia desleal entre los artesanos ya que cada artesano fija el precio de acuerdo a su perspectiva.

Al existir limitados espacios para la distribución de los productos y desconocimiento de nuevos canales de comercialización por parte de los artesanos porque no se ha hecho capacitaciones sobre esta temática, ha hecho que no se implementen nuevas estrategias de distribución para las artesanías lo que ha impedido aprovechar las grandes superficies comerciales para dar a conocer y comercializar en volúmenes altos las artesanías.

La baja participación y organización de ferias artesanales a nivel local, regional y nacional, la baja utilización de medios de comunicación (páginas web, redes sociales, radio televisión) y la baja publicidad y promoción de las artesanías ha hecho que la penetración en el mercado sea escasa causando bajas ventas del producto viéndose afectado el nivel de ingresos de los artesanos.

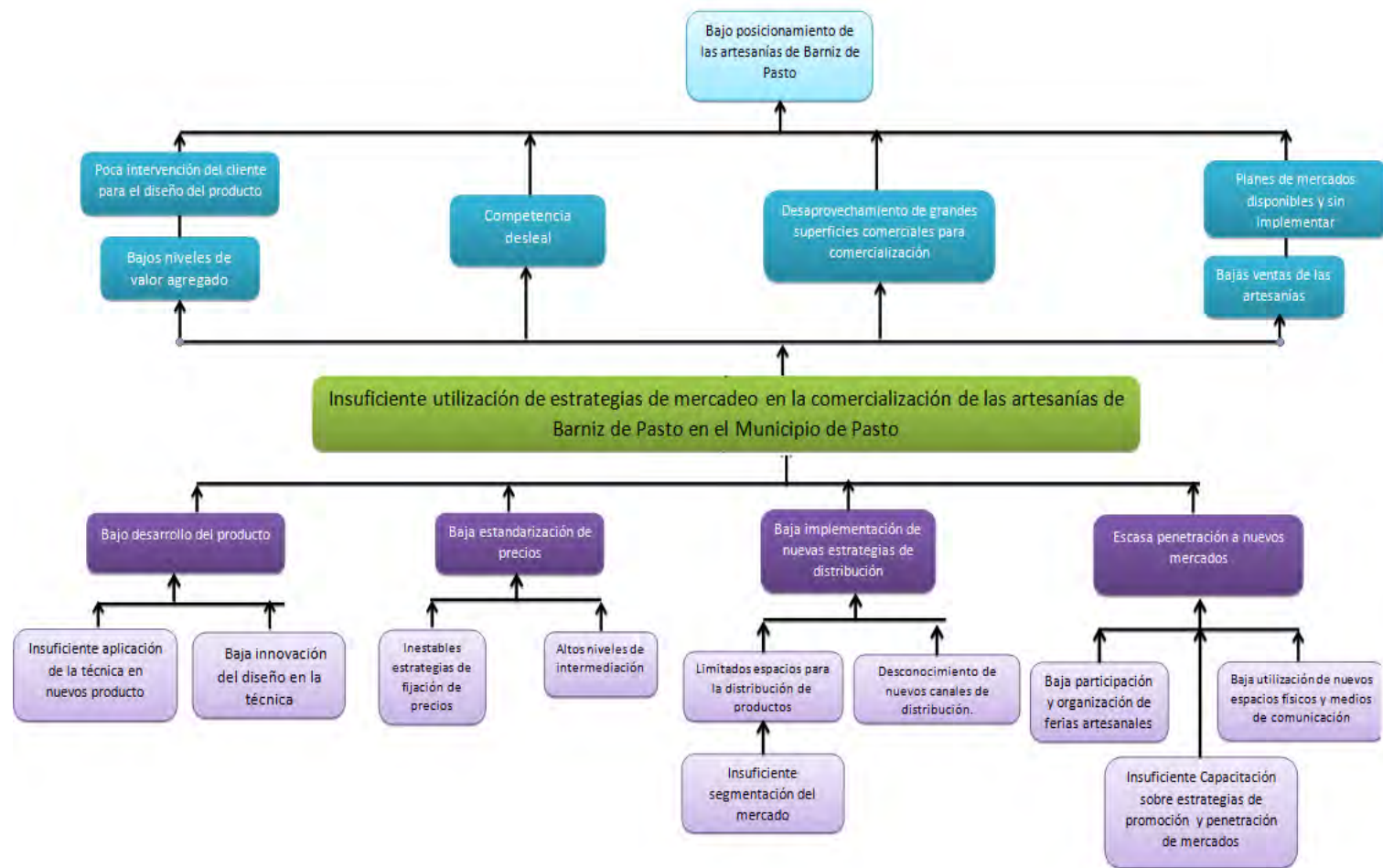
Por la insuficiente utilización de estrategias de mercadeo, es decir el desarrollo de las 4P (Producto, Precio, Plaza, Promoción) ha impedido que las artesanías de Barniz de Pasto tengan un alto posicionamiento dentro del mercado nacional debilitando de manera considerable el proceso de comercialización y la consecución de nuevos clientes.

- **Formulación del problema:** La forma tradicional de comercializar productos artesanales no contribuye a incrementar las ventas y al posicionamiento de las artesanías de Barniz de Pasto en el municipio de Pasto.

- **Sistematización del problema:**

- ¿Cuáles deben ser las estrategias de producto que se debe implementar?
- ¿Cuáles estrategias de precios se deben aplicar?
- ¿Cuáles canales de distribución serían los más adecuados?
- ¿Por cuáles medios publicitarios y de promoción se podrían mostrar más efectivamente los productos?

Gráfico 1.Árbol de Problemas



Fuente: Esta Investigación

1.2.3 Causas que genera el problema central

Se establecieron cuatro causas directas con relación al problema principal:

1. Bajo desarrollo del producto, cuyas causas indirectas son:
 - a) Insuficiente aplicación de la técnica en nuevos productos.
 - b) Baja innovación del diseño en la técnica.
2. Baja estandarización de precios, cuyas causas indirectas son:
 - a) Inestables estrategias de fijación de precios
 - b) Altos niveles de intermediación
3. Baja implementación de nuevas estrategias de distribución, cuyas causas indirectas son:
 - a) Limitados espacios para la distribución de productos
 - b) Desconocimiento de nuevos canales de distribución
4. Escasa penetración del mercado, cuyas causas indirectas son:
 - a) Baja participación y organización de ferias artesanales
 - b) Baja utilización de espacios físicos y medios de comunicación.

1.2.4 Efectos que genera el problema central. Al definir las causas del problema central “Insuficiente utilización de estrategias de mercadeo en las artesanías de barniz de pasto en el municipio de Pasto” también se asocia a este mismo una serie de efectos directos e indirectos relacionados con las causas principales anteriormente descritas. Por lo tanto los efectos identificados como directos son:

1. Bajos niveles de valor agregado
2. Competencia desleal
3. Desaprovechamiento de grandes superficies comerciales para comercialización de artesanías.
4. Bajas ventas de las artesanías

Por otra parte, con la concentración de los efectos directos genera como resultado, un gran efecto principal que es Bajo posicionamiento de las artesanías de Barniz de Pasto en el mercado nacional.

- **Magnitud actual:** Según información brindada por los artesanos, en la actualidad tan solo el 10% de los artesanos Barnizadores manejan estrategias de mercadeo para la comercialización de las artesanías de Barniz de Pasto, y el 90%

restante no maneja estrategias de mercadeo, por la insuficiente formación sobre mercadeo y esto ha hecho que los niveles de comercialización sean bajos, que se ve reflejado en los bajos niveles de exportación de artesanías, únicamente el 10% de los artesanos beneficiarios, comercializa las artesanías hacia otras ciudades del país. Es decir posee un bajo posicionamiento en el mercado nacional a comparación de otros productos artesanales colombianos como el Sombrero Vueltiao, que tiene posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

- **Situación de referencia:** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de Artesanías de Colombia año tras año se ha preocupado por solucionar en gran medida situaciones negativas que se presentan en el sector artesanal del país; interviniendo en el mejoramiento del nivel de ingresos de los artesanos, de los procesos productivos, de la calidad y diseño del producto, estimulación del espíritu empresarial y asociativo que contribuya a la restauración del tejido social y del sentido de solidaridad, mediante capacitaciones y asistencia técnica con el fin de crear condiciones que permitan generar mayor competitividad en el mercado y que contribuya al progreso del sector artesanal; asimismo se ha preocupado por la formación orientada a lograr una mejor gestión administrativa y contable en sus talleres y una comercialización más eficiente de sus productos. De igual manera Artesanías de Colombia es la institución que colabora de manera relevante a los artesanos en la preparación para la participación en ferias locales, regionales y nacionales donde ellos pueden dar a conocer y vender sus productos.

En el 2011 Artesanías de Colombia brindó una capacitación denominada “Capacitación socio empresarial y cooperativismo básico” para el desarrollo de este taller se realizaron visitas domiciliarias a los decoradores de Barniz de Pasto donde se motivó e invitó a los propietarios y familiares de asociados para que fortalezcan la cooperativa y fundamentalmente a los oficiales de talleres para que participen en esta capacitación.⁸

- **Alcance de la propuesta.** El alcance del presente trabajo está en mejorar la utilización de las Estrategias de Mercadeo en las Artesanías de Barniz de Pasto para con ello contribuir a reforzar la cadena de artesanías en el departamento de Nariño y lograr el posicionamiento de la técnica de Barniz a nivel nacional. En la actualidad el proceso de comercialización en el sector artesanal es implementado sin mucho éxito, ya que si bien conocen de algunos procesos de comercialización, no se aplican los más relevantes o en algunos de los casos no se llevan a cabo ningún proceso de comercialización. Las estrategias de mercadeo rondan en la práctica del mejoramiento del producto, el análisis y fijación de precios, la

⁸ Información suministrada por Artesanías de Colombia. Pasto. 2014.

definición de los diferentes canales de distribución y la promoción del bien o servicio, si no se tiene una eficiente aplicación del proceso de mercadeo, el producto presenta problemas en su posicionamiento y a su vez en generar beneficios para su productor, por este motivo, los ingresos de los artesanos han disminuido, ya que la gran mayoría dependen de intermediarios para la comercialización de sus productos, además de los bajos niveles de producción, y existe una débil formalización de empresas lo que impide que los artesanos de Barniz de Pasto tengan dificultades en crecer y alcanzar la productividad deseada. Aumentar los ingresos es el propósito de cada artesano, y con el manejo actual de mercadeo de su técnica, los negocios familiares no lo han conseguido, el propósito del proyecto está en reforzar los conocimientos del artesano en cuanto a emprendimiento y productividad, comercialización y organización empresarial.

1.3 ANALISIS DE PARTICIPANTES

Para el desarrollo de la participación de los actores en el proyecto se tuvo en cuenta lo siguiente: (Ver Anexo N°1)

1.3.1 Beneficiarios del proyecto

• **Artesanos De La Técnica De Barniz De Pasto:** Según la base de datos suministrada por Artesanías de Colombia S.A con su sede en Pasto, son 67 artesanos dedicados a la aplicación de esta técnica, y residentes en los barrios de la ciudad de San Juan de Pasto, es así que el aporte directo de todos los artesanos es la participación y el apoyo directo en el desarrollo del proyecto, ya que como beneficiarios directos, la ejecución y el éxito del proyecto aumentara las probabilidades de mejorar su situación económica, los 67 artesanos se ven involucrados al tener una participación constante en todas la actividades propuestas en el proyecto, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- a.** Brindar la información necesaria para formulación del proyecto.
- b.** Mano de obra para la producción de artesanías en Barniz de Pasto.
- c.** Tener motivación y principal interés en la participación de eventos y actividades para la puesta en marcha del proyecto.
- d.** Participación constante en las capacitaciones propuestas por el proyecto
- e.** Participación en ferias regionales e internacionales.

1.3.2 Cooperantes del proyecto

- **Alcaldía Municipal de Pasto:** La Alcaldía de Pasto a través de La Dirección Administrativa de Cultura, y la Secretaria de desarrollo económico y competitividad, diseña e implementa procesos de formación, investigación, organización, comunicación y fomento a la cultura en el Municipio de Pasto, así como también el diseño de proyectos para mejorar el desarrollo empresarial y productivo de cadenas productivas de la región entre ellas la cadena de artesanías, con el fin de promover procesos de identidad y sentido de pertenencia, incorporando a este proyecto con el cumplimiento de las funciones como: Fomentar el acceso, la innovación, la creación y la producción artística y cultural en el municipio de Pasto, Apoyar y fortalecer los procesos de información, investigación, comunicación y formación y las expresiones multiculturales del municipio.⁹ La alcaldía de Pasto, aporta a este proyecto con orientación hacia la ejecución del proyecto, información necesaria para la formulación de proyecto

- **Universidad de Nariño.** La Universidad de Nariño, con la formación de profesionales a través de la educación de calidad, contribuye a este trabajo, para el desarrollo del documento, prestando el conocimiento, profesionales en administración de empresas como el talento humano para llevar a cabo la investigación necesaria para el desarrollo del proyecto, además de esto, otorga un profesor capacitado en el tema de formulación de proyectos que sirve como asesor, quien se encarga de la evaluación y la orientación para el desarrollo del documento.¹⁰

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** “El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es quien se encarga de apoyar 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. El desarrollo empresarial es uno de sus objetivos estratégicos y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo contribuye para el fortalecimiento de las unidades productivas mediante la entrega de recursos de cofinanciación para el mejoramiento productivo y gestión empresarial, innovación, desarrollo tecnológico, promoción, acceso a tecnologías de la información y comunicación, logística empresarial mercadeo y comercialización, a través del Fondo Fomipyme”.¹¹ Es así que el MCIT ayuda al

⁹ ALCALDIA DE PASTO. Web Oficial, Disponible en: www.pasto.gov.co, Citado el 1 de febrero de 2014

¹⁰ UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Web Oficial, Disponible en: www.udenar.edu.co, Citado el 1 de febrero de 2014

¹¹ PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “Prosperidad para todos” 2010-2014 TOMO II

desarrollo de este proyecto a través del fondo Fomipyme, entregando recursos para gestión, organización, transporte y logística para participación de los artesanos en Barniz de Pasto en ferias, nacionales y regionales. El Ministerio también apoya financieramente a este proyecto para su ejecución hasta con un 30% de la inversión total.

1.3.3 Población afectada y objetivo

1.3.3.1 población afectada

Población: Artesanos de Barniz de Pasto

Ubicación: El 95,94% de los artesanos están ubicados en la cabecera municipal de la Ciudad de Pasto, en barrios como El Calvario, Miraflores, Mijitayo, La Floresta, Corazón de Jesús, San Lorenzo Chapal y Tamasagra; y el 4,06% en el Municipio de La Cruz.

1.3.3.2 Población objetivo. El proyecto beneficiara a 67 artesanos de Barniz de Pasto de los cuales el 89,55% son hombres y el 10,44% mujeres. Están ubicados en el Municipio de Pasto en los barrios: El Calvario, Miraflores, Mijitayo, La Floresta, Corazón de Jesús, San Lorenzo Chapal y Tamasagra, Obrero.¹²

1.4 OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias de mercadeo para el mejoramiento de la comercialización de la Artesanía de Barniz de Pasto. (Ver gráfico N° 2)

1.4.1 Indicadores del objetivo general.

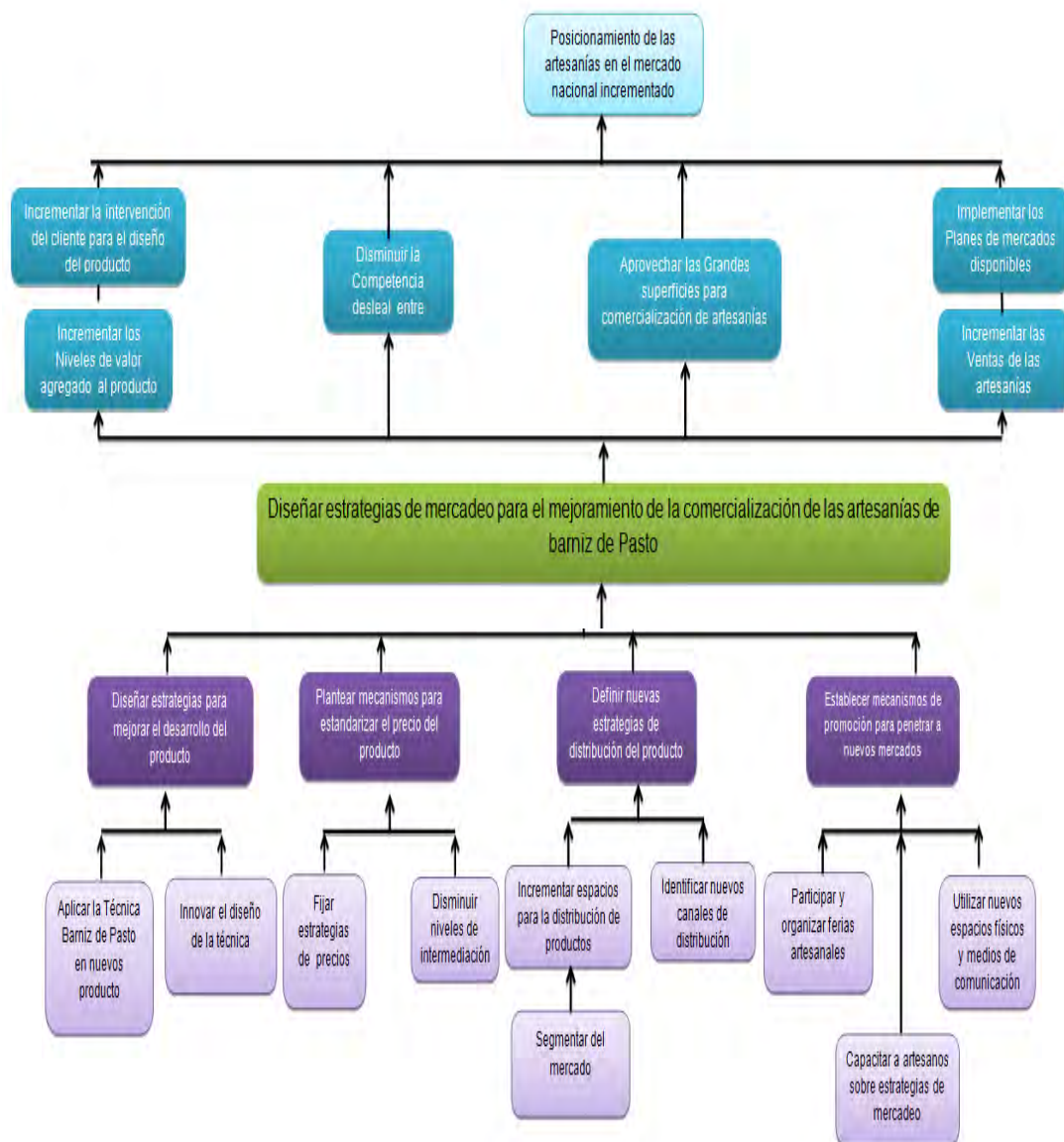
- ✓ Incremento del 20% de los ingresos percibidos por los artesanos de Barniz de Pasto tres años después de haberse puesto en marcha el proyecto.
- ✓ 5000 piezas de Barniz de Pasto vendidas a otras ciudades de Colombia para mejorar el posicionamiento nacional al final del proyecto.

¹² Información suministrada por Artesanías de Colombia

1.4.2 Objetivos específicos

- Diseñar estrategias para mejorar el desarrollo del producto
- Plantear mecanismos para estandarizar el precio del producto
- Definir nuevas estrategias de distribución del producto
- Establecer mecanismos de promoción para penetrar nuevos mercados

Gráfico 2. Árbol de Objetivos



Fuente: Este trabajo

1.5 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Para la implementación del proyecto se evaluaron cuatro alternativas posibles de implementar:

- Diseñar estrategias para mejorar el desarrollo del producto
- Plantear mecanismos para estandarizar el precio del producto
- Definir nuevas estrategias de distribución del producto
- Establecer mecanismos de promoción para penetrar nuevos mercados

- Elección de la alternativa escogida

Para el análisis de las alternativas se realizó una valoración de cada una de las mismas de acuerdo a los siguientes criterios:

- **Sostenibilidad de la alternativa:** Generación de ingresos permanentes y para el funcionamiento del proyecto.
- **Viabilidad de la alternativa:** Cumplimiento con todos los criterios requeridos: técnicos, financieros y sociales.
- **Disponibilidad de recursos:** Los recursos económicos, humanos, físicos necesarios para la ejecución de la alternativa estén disponibles
- **Cantidad de beneficiarios:** Cubrimiento de la totalidad de los beneficiarios del proyecto y aumento de beneficiarios en mediano tiempo con la ejecución de la alternativa de solución.
- **Probabilidad de alcanzar los objetivos:** Los objetivos planteados sean medibles, alcanzables y realizables para contribuir con la solución de la problemática encontrada.

Tabla 1. Selección de la Alternativa

CRITERIOS	FACTOR PONDERACION	ALTERNATIVA							
		1	Total calificación	2	Total calificación	3	Total calificación	4	Total calificación
Sostenibilidad de la alternativa	0,3	2	0,6	3	0,9	4	1,2	4	1,2
Viabilidad de la alternativa	0,2	2	0,4	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Disponibilidad de recursos	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Cantidad de beneficiarios	0,2	3	0,6	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Probabilidad de alcanzar los objetivos	0,2	2	0,4	3	0,6	3	0,6	5	1,0
Total	1		2,3		3,2		3,7		4,2

➤ De acuerdo al análisis de selección de alternativas, la alternativa óptima para la ejecución del proyecto es “Establecer mecanismos de promoción para penetrar nuevos mercados”

1.5.1 Descripción de la alternativa escogida. El sector artesanal de Barniz de Pasto presenta dificultades que están enfocadas básicamente en el débil proceso de comercialización reflejándose en las bajas ventas de las artesanías por el bajo posicionamiento del producto repercutiendo en el nivel de ingresos de los artesanos.

Bajo este criterio, se hace necesario intervenir dentro de este sector en el mejoramiento del proceso de comercialización a través del establecimiento de mecanismos que incrementen la promoción de Artesanía de Barniz de Pasto.

Los espacios comerciales como las ferias artesanales locales, regionales y nacionales, permiten a los artesanos ampliar la distribución de sus productos, ya que cuentan con un lugar o espacio determinado para la exhibición de los productos a importantes intermediarios y compradores mayoristas, por lo tanto, el volumen de productos que se va a exhibir debe ser alto. La participación en estos espacios comerciales les da la oportunidad a los productores de ganar vínculos comerciales estables, por su parte, las ferias artesanales son un canal estratégico para promocionar y dar a conocer los productos artesanales; de igual forma, estos espacios le sirven al productor para evaluar su producto frente a los de la

competencia en cuanto a calidad, diseño y precio, hacer comparaciones y mejoramientos del diseño.

La organización de nuevas ferias regionales, es un medio que proyecta al artesano a incrementar sus ventas y lo motivan a participar continuamente en ellas, ya que no proporciona gastos excesivos y los beneficios obtenidos son mayores, además a las artesanías, se les brindara una promoción mejorada y priorizada en las ferias, ampliando el mercado regional y nacional de la Artesanía de Barniz de Pasto.

El desarrollo de la alternativa también traerá como resultado la creación de un espacio propio para exhibir y comercializar la Artesanía de Barniz de Pasto es necesario para los maestros independientes ya que tienen que vender sus artesanías a intermediarios a bajos precios; mientras que al tener un lugar de promoción y comercialización donde el valor sea menor, garantiza al artesano un margen de utilidad más amplio al percibido actualmente.

Adicionalmente, en la actualidad internet es un mecanismo que debe ser explotado. De esta manera, el proyecto pretende generar la oportunidad a los artesanos para que realicen publicidad en diferentes medios de comunicación como páginas web, redes sociales, televisión, radio, volantes, como parte fundamental para promocionar y dar a conocer a la población de Colombia y el mundo el gran valor de la Artesanía de Barniz de Pasto.

El propósito inicial de la alternativa es brindar una capacitación a los 67 artesanos beneficiarios de la técnica de Barniz de Pasto, para reforzar sus conocimientos de mercadeo e implementar nuevas estrategias que proporcionen unos mejores resultados para los artesanos. Entre la capacitación se atenderán temas importantes para la comercialización de los productos; sabiendo que la subsistencia del producto en el tiempo y en el mercado depende del manejo efectivo que se le dé a la comercialización y promoción; de esta manera ampliar el conocimiento de los artesanos e incrementar la posibilidad de mejorar sus ingresos.

2. FASE II: PREPARACIÓN DEL PROYECTO

Durante el desarrollo de esta capítulo se definirán aspectos a través del estudio de mercado la capacidad y los beneficiarios, la localización de la alternativa, entre otros aspectos básicos que proporcionaran la información suficiente, para llevar a cabo el proceso de evaluación de la alternativa, si es conveniente o no la inversión en ella.

2.1. ANALISIS TECNICO DE LA ALTERNATIVA

2.1.1 Descripción del producto. Los servicios que el proyecto ofrecerá son: la comercialización y la promoción de las artesanías elaboradas en la técnica de Barniz de Pasto.

Por medio de la comercializadora, los artesanos exhibirán las artesanías y ésta se encargará de comercializarlas al mercado regional, cobrando por este servicio el 20% del precio de cada producto vendido y el 80% restante serán los ingresos para los artesanos.

La comercializadora también se encargará de realizar la venta de los artículos a través del canal de distribución: tiendas minoristas de otras ciudades de país, cobrando por este servicio el 25% del precio de venta de cada producto comercializado, el 75% restante serán los ingresos de los artesanos.

El proyecto se encargará de realizar el servicio de publicidad en medios de comunicación como radio, televisión, pagina web, volantes para promocionar y dar a conocer las artesanías de Barniz de Pasto al mercado regional y nacional, el precio del servicio será de \$70.000 mensuales por cada artesano, el precio de la mensualidad para los siguientes 2 años se incrementara de acuerdo a la inflación. El proyecto se encargará también de organizar ferias artesanales regionales en Pasto e Ipiales que involucren la participación de artesanos beneficiarios y artesanos de otras técnicas. El servicio que se cobrará por la participación en las ferias será el valor del alquiler del stand: Para la participación en feria de Pasto se manejaran dos precios del servicio: para artesanos beneficiarios \$600.000, y para otros artesanos de otras técnicas \$700.000. Para la participación en feria de Ipiales los precios que se manejarán serán \$650.000 para artesanos beneficiarios y \$750.000 para artesanos de otras técnicas.

Los 67 artesanos de Barniz de Pasto mediante la adopción de estrategias enfocadas hacia el desarrollo del producto, hacia la estandarización de precios, nuevas estrategias de distribución y penetración del mercado mejoraran el proceso de comercialización, lo cual contribuirá a incrementar el volumen de ventas y el posicionamiento de las artesanías, del mismo modo aportara al mejorar las condiciones de vida de la población artesanal.

2.2 ESTUDIO DE MERCADO

Con el fin de identificar la población objetivo del proyecto y determinar los mecanismos utilizado por los artesanos en la comercialización de sus productos, nos hemos basado en estudios e información hecha por Artesanías de Colombia, y con entrevistas directas con los artesanos de Barniz de Pasto.

2.2.1 Análisis del consumidor

Los consumidores de artesanías de Barniz de Pasto son principalmente:

- 1. Turistas**
- 2. Personas adultas**
- 3. Coleccionistas e interesados en el arte**
- 4. Comunidad con ingresos superiores a los 2 s.m.m.l.v**
- 5. Personas que valoran el patrimonio cultural de la región.**

Entre las principales necesidades de los consumidores, de acuerdo a la información recolectada esta las siguientes:

- Variabilidad en el producto.
- Diseños exclusivos.
- Valor agregado del producto.
- Lugares de exhibición más confortables.
- Mejorar la atención al cliente.
- Ubicación de los locales artesanales en lugares más asequibles.
- Productos útiles.

De igual manera las expectativas que se generará por el consumo de las artesanías de Barniz de Pasto están en el aumento de la comercialización de las artesanías, la posibilidad de exportar productos de buena calidad y con exclusividad, que son características que destacan la técnica del Barniz.

2.2.2 Análisis de la demanda. Para el análisis de la demanda se emplea datos de cifras históricas en el tiempo y de esta forma proyectar la demanda futura, como lo muestra la siguiente tabla N° 2. Al no existir estudios de demanda realizados anteriormente, se recurrió a los maestros artesanos e intermediarios por medio de entrevista informal, para que se proporcionara los datos históricos de los artículos artesanales con mayor demanda dentro del mercado en un periodo de 10 años (2004 – 2014). La demanda histórica fue promediada entre los valores dichos por los artesanos e intermediarios de la técnica de Barniz de Pasto. Para la estimación de la demanda futura para el periodo (2015 - 2017), se recurrió al método de regresión lineal que permitirá visualizar el comportamiento de la demanda futura de la Artesanía de Barniz de Pasto.

Cabe resaltar que la demanda de artesanías es mejor en ciertas temporadas del año, Semana Santa y temporada Decembrina, durante estas épocas la demanda se incrementa por la llegada de turistas que se ven interesados en adquirir productos artesanales.

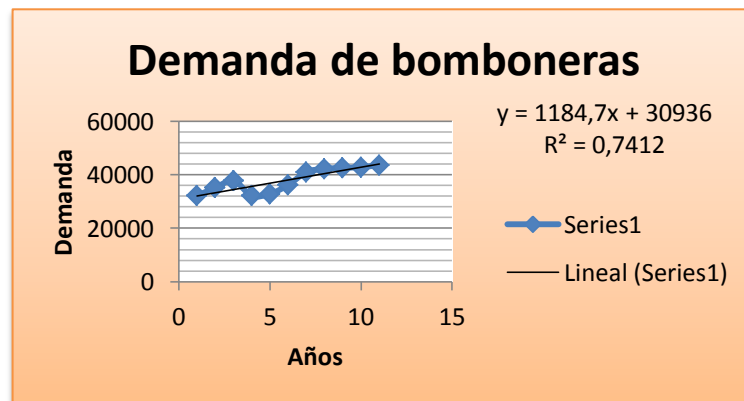
Tabla 2. Demanda histórica de Bomboneras y Porta vasos

	Año	N° Año	Demanda de bomboneras	Demanda de Portavasos
Histórico	2004	1	32160	27336
	2005	2	35175	26532
	2006	3	37788	24120
	2007	4	32160	23316
	2008	5	32830	21708
	2009	6	36180	20100
	2010	7	41004	21909
	2011	8	42210	22512
	2012	9	42545	24120
	2013	10	42880	29748
	2014	11	43550	30150
Proyectado	2015	12	45152	26079
	2016	13	46337	26311
	2017	14	47522	26543

Fuente: Este Trabajo. 2014.

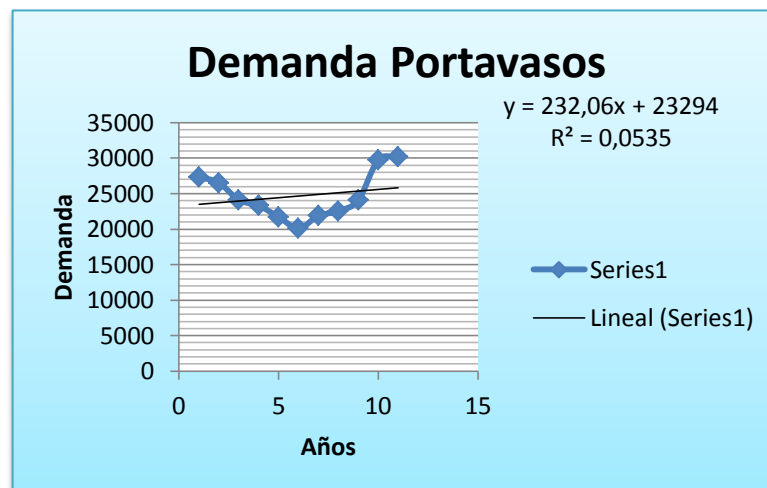
La proyección de la demanda de artesanías de Barniz de Pasto en el municipio de Pasto, específicamente de bomboneras y portavasos, se ajusta al modelo de regresión lineal el cual se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 3. Demanda de Bomboneras



Fuente: Este Trabajo.2014.

Gráfico 4. Demanda de Portavasos



Fuente: Este Trabajo.2014.

2.2.3 Análisis de la oferta. Los artículos que ofrecen en la técnica de Barniz de Pasto son: Bomboneras, Porta lapiceros, Caballos, Patos, Delfines, Cofres, Jarrones, Porta vasos, Mascaras, Ñapangas, entre otros. Sin embargo, los productos más solicitados por los clientes son las bomboneras y los portavasos por ende son los de mayor producción, por lo anterior se hará el análisis de oferta para estos productos.

Para el análisis de oferta de la Artesanías de Barniz Pasto: Bomboneras y Porta vasos, fue necesario recopilar datos de producción promedio mensual de los artículos en mención mediante una entrevista informal con algunos artesanos barnizadores ya que no se cuenta con estadísticas históricas de oferta de la Artesanía de Barniz de Pasto por lo tanto se realizó cálculos correspondientes para establecer la producción de artesanías de años anteriores (2004 – 2014) según información brindada. Para estimar la oferta de Bomboneras y Porta vasos en Barniz de Pasto para los años (2015 – 2017) se utilizará el método de regresión lineal que permita establecer la producción futura de las artesanías de barniz de Pasto.

A continuación se muestra la oferta histórica y proyectada de productos de Artesanías de Pasto: Bomboneras y Portavasos.

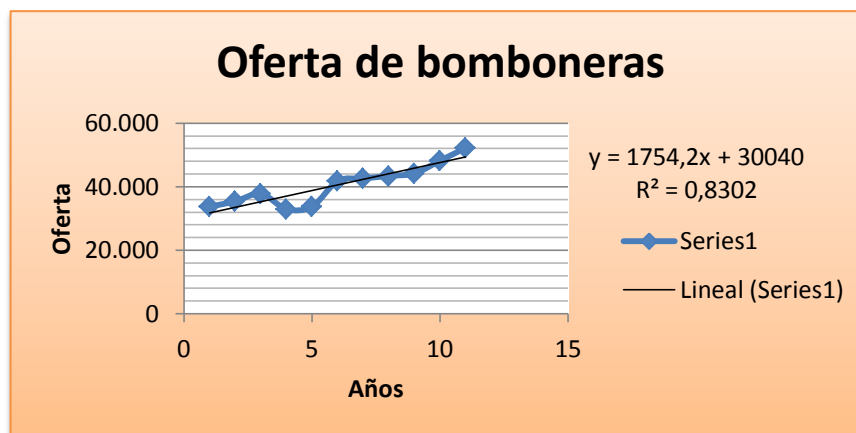
Tabla 3. Producción bomboneras

PRODUCCION BOMBONERAS DE 20 cms			
	Nº AÑO	AÑOS	PCC TOTAL (Unds)
HISTORICO	1	2004	33.768
	2	2005	35.376
	3	2006	37.788
	4	2007	32.964
	5	2008	33.768
	6	2009	41.808
	7	2010	42.612
	8	2011	43.416
	9	2012	44.220
	10	2013	48.240
	11	2014	52.260
PROYEC TADO	12	2015	51.090
	13	2016	52.845
	14	2017	54.599

Fuente: Este trabajo. 2014

La proyección de la producción de Bomboneras en Barniz de Pasto en el Municipio, se ajusta al modelo de regresión lineal con función lineal, el cual se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 5. Grafica de dispersión



Fuente: Este trabajo. 2014

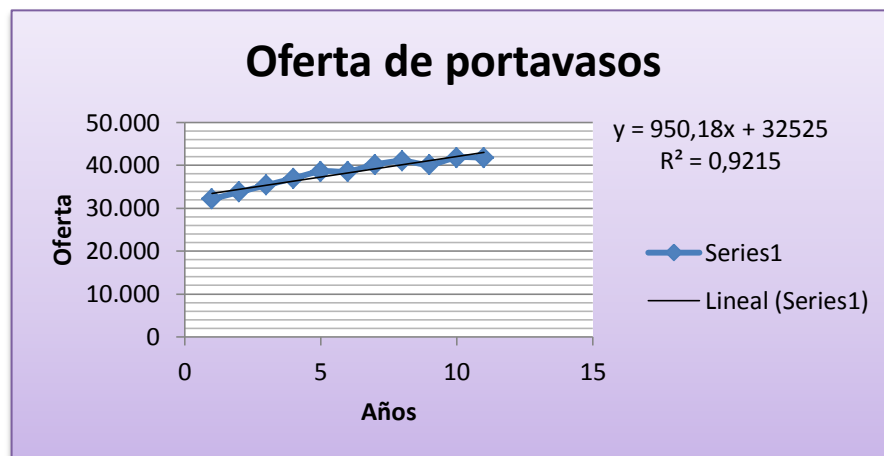
Tabla 4. Producción de Portavasos

PRODUCCION PORTAVASOS DE 10 cms			
	Nº AÑO	AÑOS	PCC TOTAL (Unds)
HISTORICO	1	2004	32.160
	2	2005	33.768
	3	2006	35.376
	4	2007	36.984
	5	2008	38.592
	6	2009	38.592
	7	2010	40.200
	8	2011	41.004
	9	2012	40.200
	10	2013	41.808
	11	2014	41.808
PROYECTO ADO	12	2015	43.927
	13	2016	44.877
	14	2017	45.828

Fuente: Este Trabajo. 2014.

La proyección de la producción de Bomboneras en Barniz de Pasto en el Municipio, se ajusta al modelo de regresión lineal con función lineal, el cual se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 6. Grafica de dispersión



Fuente: Este trabajo. 2014.

2.2.4 Análisis de precios. Establecer el precio del bien o servicio es una de las variables más importantes ya que a través de esta se determinará el nivel de ingresos de la empresa. También se debe tener en cuenta que el precio influye de manera considerable en la apreciación que el cliente o consumidor final tenga sobre el producto; siendo el precio una de las variables de decisión principales a la hora de adquirir un bien o servicio.

- Criterios y factores que determinan el precio

Los precios de los bienes o servicios en el mercado son determinados por la oferta y por la demanda: los precios disminuyen si hay exceso de oferta y aumenta si la demanda es excesiva, hasta que ocurra un punto de equilibrio.

Para el proyecto, el precio se determinara con el objetivo de maximizar los beneficios de los artesanos de Barniz de Pasto, este proceso se lo realiza mediante el análisis y la valoración de los costos en los que incurre el funcionamiento de la comercializadora y los servicios prestados al cliente final, entre los cuales se encuentran:

- Valor muebles y enseres (stand, mesas, sillas)
- Gastos de Publicidad
- Salario del Talento Humano (Personal administrativo)
- Costo de los Servicios Públicos.

Una vez establecidos los costos, se fija un margen de utilidad y se determina así el precio final del servicio de comercializar y promocionar la artesanía de Barniz de Pasto. Los servicios que se prestarán con la ejecución de este proyecto es comercializar y promocionar las artesanías de Barniz de Pasto en mercado regional y nacional para fortalecer el proceso de comercialización a fin de lograr una reciente penetración en los mercados nacionales y regionales, el precio de los servicios están representados de la siguiente manera:

- Siendo el precio un determinante para el consumo de las artesanías se ha fijado un porcentaje del valor de la artesanía como margen de intermediación por la comercialización de las artesanías al mercado regional y otro porcentaje para la comercialización de las artesanías en otras ciudades. El margen de intermediación del servicio de comercialización que se ha establecido para el proyecto se lo determino a través información recolectada a los intermediarios actuales existentes en el mercado que comercializan artesanía de Barniz de Pasto como C.C. Bombona y tiendas artesanales de la ciudad de Pasto, los cuales compran los productos a los artesanos a precios bajos, bomboneras obteniendo un margen de utilidad del 35% por cada producto. Por lo tanto para beneficiar a los artesanos y para que exista una alta demanda del servicio se fijó un porcentaje de intermediación del 20% para el servicio de comercializar las bomboneras y portavasos en el mercado regional y el 25% para el servicio de comercialización de bomboneras y portavasos en tiendas artesanales de otras ciudades del país, el margen de intermediación se cobrará por cada producto vendido.

Por otro lado el precio del servicio de promoción de la artesanía de Barniz de Pasto está reflejados de la siguiente manera:

- Mensualidad por cada artesano para publicidad en medios de comunicación
- Alquiler de stand para feria en Pasto para beneficiarios del proyecto
- Alquiler de stand para feria en Pasto para artesanos de otras técnicas quieran participar de la feria
- Alquiler de stand para feria en Ipiales para beneficiarios del proyecto
- Alquiler de stand para feria en Ipiales para artesanos de otras técnicas que quieran participar de la feria.

El precio de los servicios que ofrecerá el proyecto se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5. Precios de servicios

CONCEPTO	AÑOS		
	2.015	2.016	2.017
Precio de venta de producto (20% de valor total de bomboneras)	16.200	16.920	17.640
Precio de venta de producto (20% de valor total de portavasos)	5.400	5.760	6.120
Precio de venta de bomboneras a minoristas en otras ciudades (25% de valor total)	20.250	21.150	22.050
Precio de venta de portavasos a minoristas en otras ciudades (25% de valor total)	6.750	7.200	7.650
Precio de publicidad en medios de comunicación anual por artesano	840.000	882.000	926.100
Precio de alquiler de un stand en feria en Pasto para beneficiarios del proyecto	600.000	630.000	661.500
Precio de alquiler de un stand en feria en Ipiales para beneficiarios del proyecto	650.000	682.500	716.625
Precio de alquiler de un stand en feria en Pasto para artesanos de otras técnicas	700.000	735.000	771.750
Precio de alquiler de un stand en feria en Ipiales para artesanos de otras técnicas	750.000	787.500	826.875

Fuente: Este trabajo. 2014.

Es importante para el conocimiento del sector artesanal especialmente el de la técnica de Barniz de Pasto hacer un análisis de precios históricos y una proyección de los futuros precios de algunos productos de la técnica del Barniz más comercializados dentro del mercado, entre los cuales se encuentran los portavasos y las bomboneras de 15 cmts

Tabla 6. Precio histórico y proyectado de bomboneras y portavasos

AÑOS	PRECIO PORTAVASOS	PRECIO BOMBONERA
2006	10.800	48.600
2007	12.600	52.200
2008	14.400	55.800
2009	16.200	59.400
2010	18.000	63.000
2011	19.800	66.600
2012	21.600	70.200
2013	23.400	73.800
2014	25.200	77.400
2015	27.000	81.000
2016	28.800	84.600
2017	30.600	88.200

Fuente: Este Trabajo.2014.

Las proyecciones que se pueden realizar en cuanto al valor de los productos en un futuro, se debe tener en cuenta que los precios se verán afectados por variables económicas como la inflación y condiciones del mercado. Por tanto el precio se convierte en una variable de continuo cambio en el tiempo, durante el estudio de campo, tanto maestros como intermediarios informan que debido a incrementos de materia prima y gastos en general, los artículos artesanales incrementan su precio anualmente.

2.2.5 Análisis de la comercialización

- **Comercialización de artesanías en Colombia:** Según la Agenda Interna de Productividad y Competitividad “sólo 1,3% de los talleres artesanales censados exporta y, además, lo hacen de manera ocasional. Las ventas del sector en el ámbito nacional, se distribuyen en 85% en el municipio de origen, 8% en otros municipios y 7% en otros departamentos. La artesanía colombiana tiene gran aceptación por parte de sus compradores en el mundo, debido a la variedad de artículos, al dominio de materiales y técnicas únicos, y a que es portadora de una mezcla de elementos precolombinos, españoles, nativos y afro americanos. En 2005, las exportaciones de artesanías ascendieron a US\$ 135 millones, frente a unas importaciones para el mismo período de US\$ 84 millones; el principal destino de las exportaciones de artesanías fue Estados Unidos, país hacia el cual se

dirigió el 52,6% de los productos artesanales”.¹³ Por la ausencia de asociatividad entre artesanos, la comercialización internacional y nacional de las artesanías es escasa ya que se maneja bajas escalas de producción, hay insuficiente promoción y la forma de distribución de las artesanías es a través de intermediarios lo que dificulta al artesano expandirse y acceder a nuevos mercados. Un papel importante dentro del proceso de comercialización de las artesanías ha jugado Artesanías de Colombia ya que esta entidad apoya al sector artesanal brindando capacitaciones en comercialización, además gestiona la participación de gran cantidad de artesanos en ferias locales, regionales y nacionales.

- **Comercialización de artesanías en Nariño:** Según el Plan Regional de Competitividad de Nariño “los principales productos de exportación nariñense del sector artesanal son las estatuillas y otros objetos de adorno en porcelana y talla en madera, que en la actualidad acumula exportaciones de más de 100 mil dólares en los últimos años. Los principales destinos de las exportaciones son Aruba, Antillas Holandesas, Panamá, Estados Unidos, Alemania, España, Japón y Venezuela. Los productos se comercializan a través de 58 sub partidas arancelarias, y gozan de preferencias arancelarias totales para el ingreso a los mercados de Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela y Ecuador.”

- **Comercialización de artesanías de Barniz en San Juan de Pasto:** Según el Maestro Artesano de Barniz de Pasto Lester Narváez, por el bajo apoyo institucional hacia el sector artesanal, los artesanos no pueden comercializar sus productos directamente, la comercialización interna y externa de la artesanía la realizan en gran medida los intermediarios que les compran los productos a bajos precios y los comercializan principalmente en el Centro Comercial Bomboná, obteniendo mayores márgenes de utilidad que los productores. Afirma además el Maestro Lester que él se ha mantenido en este oficio porque ha conseguido vínculos comerciales a nivel nacional mediante la participación en ferias artesanales que han sido costeadas por el mismo, vínculos que le han permitido comercializar sus productos a través de pedidos que le realizan desde Medellín, Cali y Bucaramanga de forma permanente.

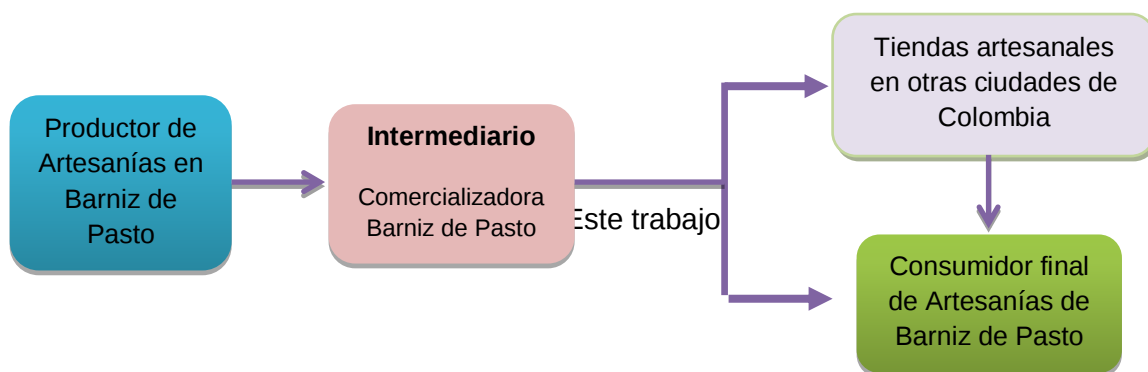
Según información brindada por algunos artesanos de Barniz de Pasto, los niveles de exportación de artesanías se dan a muy baja escala, ya que se realiza únicamente por pedidos que se hacen dos veces en el año de países como Aruba, Canadá, Estados Unidos y España. Del total de los artesanos beneficiarios, únicamente el 15% exportan en promedio 100 piezas en el año es decir 1.000 piezas en total; se destaca a la Asociación La Casa del Barniz que reúne a 5

¹³ Agenda Interna de Productividad y Competitividad. Documento Sectorial Cadena artesanal. p. 17.

maestros barnizadores, por sus exportaciones de 600 piezas en el año. Los productos que más se exportan son: Bomboneras, Portavasos, Cofres y Mascaras. Para el proceso de comercialización de los productos artesanales en Barniz de Pasto, los maestros barnizadores no realizan ninguna campaña publicitaria ni promocional para dar a conocer sus productos, porque sus ingresos son muy escasos. Por lo anterior, el fin del proyecto al brindar estrategias de mercadeo es fortalecer los medios de comercialización actuales, desarrollando estrategias publicitarias y adoptando un nuevo canal de distribución: una comercializadora que servirá como intermediario para la comercialización de la artesanía de Barniz de Pasto, además se encargará de capacitar a los artesanos sobre estrategias de mercadeo actuales logrando así la perduración de la técnica en el tiempo y la penetración de nuevos mercados.

El canal de distribución que manejará la comercializadora de artesanías de Barniz de Pasto es:

Gráfico 7. Canal de comercialización de las artesanías de Barniz de Pasto



2.2.6 Análisis de la competencia. Dentro de los objetivos específicos, está la construcción de una comercializadora cuyo fin es brindar un servicio que permita a los artesanos de la técnica Barniz de Pasto vender, promocionar y participar en ferias regionales y nacionales logrando así la expansión de sus mercados. Actuando de esta manera como un intermediario de apoyo para la comercialización efectiva de sus productos. Por lo anterior, se identificó como principal competidor a Artesanías de Colombia S.A, entidad pública que se encarga de la promoción y comercialización de artesanías colombianas y entre ellas las artesanías de Pasto y Nariño en general, al ser numerosas técnicas artesanales que están al manejo de esta entidad pública, el servicio que se presta es escaso para cubrir las necesidades que demandan las artesanías de Barniz de Pasto; sin embargo Artesanías de Colombia es la única entidad en el territorio

Nariñense que se ocupa de la comercialización y el desarrollo de las artesanías, entre sus servicios se encuentran un portafolio de servicios similares los que presta el presente proyecto. Artesanías de Colombia es una entidad que si bien se encarga de beneficiar a muchos artesanos Nariñenses, también ha dejado de lado complacer las necesidades y deseos de los artesanos en cuanto al precio que se cobra por la prestación de los servicios de comercialización y venta de los productos artesanales. El desarrollo del presente proyecto pretende solventar las necesidades de los artesanos de la técnica de Barniz de Pasto, colaborando con la comercialización de sus productos ganando un margen de utilidad más bajo al cobrado por la competencia; adicional a la comercialización también se pretenderá gestionar la organización y participación en ferias nacionales y regionales, a las cuales solo muy pocos de los 67 artesanos barnizadores radicados en la ciudad de Pasto, se han sido beneficiados, también se lograra la utilización de medios de comunicación y promoción de sus productos artesanales, a través de medios de comunicación de impacto implementados en los últimos años, como son redes sociales, páginas web, propagandas televisivas y cuñas radiales; esperando lograr con esto un ventaja competitiva sobre la competencia que hace Artesanías de Colombia - Pasto, en la comercialización de objetos decorativos en Barniz de Pasto.

2.2.7 Tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto dependerá del número de compradores existentes y potenciales de la artesanía de Barniz de Pasto (bomboneras y portavasos), para lo anterior se hace necesario conocer la demanda actual y proyectada la cual se identificó anteriormente con la investigación de campo realizado con la participación directa de los artesanos, intermediarios y asociaciones comercializadoras de las artesanías de Barniz de Pasto y cuya opinión es similar, en cuanto a los dos productos más comercializados o vendidos dentro del mercado, entre los cuales se encuentra las bomboneras de 15 cmts y los portavasos de 15 cmts. Por la variedad de productos manejados en esta técnica se ha desarrollado el proyecto y tamaño del proyecto en base a la demanda y producción de estos dos productos; para lo cual se tiene que la demanda que se espera con el proyecto para los próximos 3 años, en bomboneras de 36.299 para el primer año, 37.269 para el segundo año, 38.239 para el tercer año, siendo estas proyecciones el tamaño del proyecto para la comercialización de las bomboneras. Mientras que para los portavasos el tamaño del proyecto será, 20.863 para el primer año, 21.049 para el segundo año, y 21.234 para el tercer año. El tamaño del proyecto también está presente, al momento de mejorar las prácticas de mercadeo actuales, al conseguir que el 100% de los artesanos que practican la Técnica de Barniz de Pasto, participen activamente en ferias regionales y nacionales, el posicionamiento de las artesanías a nivel nacional se incrementa, viéndose reflejado en el aumento de las ventas y su vez con la creación de una comercializadora de estas artesanías que proporcione una promoción constante de sus artesanías al público nariñense y turistas en general.

2.2.8 Ingeniería del proyecto. Para la ejecución del proyecto se requiere:

- **Requerimientos de Infraestructura:**

- ✓ Instalaciones físicas para realizar capacitación sobre Gestión empresarial y Comercialización a 67 artesanos de Barniz de Pasto
- ✓ Infraestructura para comercializar las artesanías de Barniz de Pasto.

- **Requerimiento de Materia Prima:**

La materia prima que necesitamos para el proyecto son las Artesanías en Barniz de Pasto para promocionarlas y comercializarlas a nivel regional y nacional.

- **Requerimientos de Insumos:**

- ✓ Computadores
- ✓ Materiales de trabajo para capacitación (Cartillas, Pupitres, Tablero, útiles escolares, video beam)
- ✓ Equipo de oficina
- ✓ Publicidad en medios de comunicación masiva (Televisión, Radio, Volantes, Pagina Web)
- ✓ Stands para ubicar las artesanías

- **Requerimientos de Mano de Obra:**

- ✓ 2 Administradores de Empresas
- ✓ 1 Diseñador Grafico
- ✓ 1 Arquitecto
- ✓ 1 Ingeniero Civil
- ✓ 1 Magister en Mercadeo
- ✓ 1 Revisor Fiscal
- ✓ 1 Interventor
- ✓ 1 Contador Público
- ✓ 1 Secretarias
- ✓ 1 Auxiliare de Servicios Generales
- ✓ 1 Auxiliar de mantenimiento
- ✓ 1 Profesional en Arte
- ✓ 1 Auxiliar de Logística
- ✓ 1 Ingeniero de Sistemas
- ✓ 1 Auxiliar de vigilancia

- **Descripción del proceso de comercialización de las artesanías en Barniz de Pasto:**

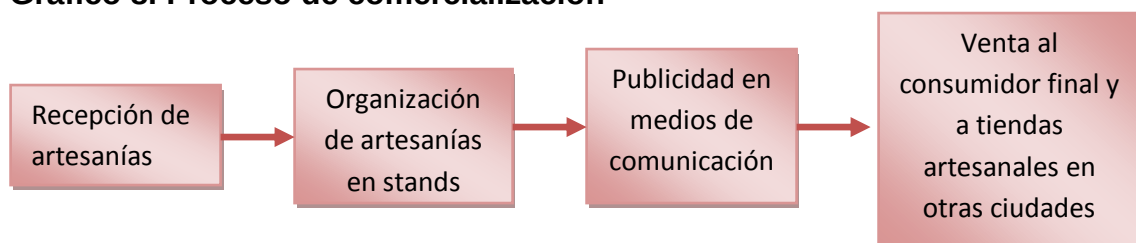
1. Recepción de artesanías: La comercializadora recepcionará mensualmente los artículos elaborados por los artesanos de la técnica de Barniz de Pasto: Bomboneras y Portavasos para su respectiva exhibición en las instalaciones de la comercializadora.

2. Organización de artesanías en stands: Una vez recepcionadas las artesanías, se procede a la organización de las mismas en los respectivos stands, de manera que sea agradable para el cliente.

3. Publicidad en medios de comunicación: Una vez organizadas las artesanías de manera adecuada se procede a realizar promoción y publicidad en medios de comunicación masivos. La publicidad para dar a conocer las artesanías se realizara por medio de cuñas radiales dirigidas al mercado regional, propagandas televisivas dirigidas al mercado nacional y por medio de página web dirigidas al mercado regional, nacional y mundial.

4. Venta al consumidor final y a intermediarios: Una vez se da a conocer las artesanías de Barniz de Pasto por publicidad en medios de comunicación, se procede al objetivo final del proceso de comercialización: la venta de los artículos artesanales en Barniz de Pasto Bomboneras y Portavasos al cliente final en mercado regional y a intermediarios en mercado nacional.

Gráfico 8. Proceso de comercialización



Fuente: Este trabajo.2014.

- **Descripción del proceso de participación en ferias artesanales:**

1. Gestión para la participación en ferias artesanales nacionales y organización de ferias artesanales regionales: Este proceso se realizara ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la ciudad de Bogotá por medio de la presentación de un documento donde se propone que se apoye financieramente a los artesanos de Barniz de Pasto para la participación activa en las ferias artesanales nacionales en las ciudades de Bogotá y Medellín. Por otra parte, se propone que se apoye financieramente para la organización de una feria anual regional en las ciudades de Pasto e Ipiales.

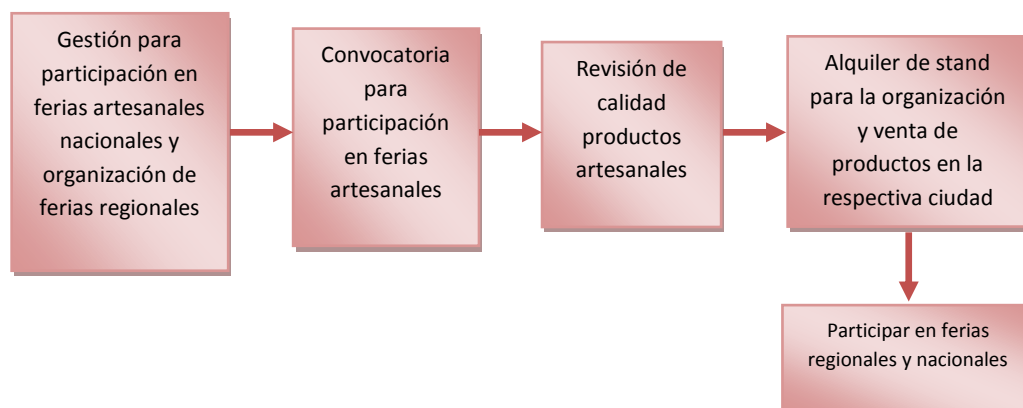
2. Convocatoria para participación en ferias regionales y nacionales: Una vez aprobada la propuesta presentada ante el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se procede a convocar a través de medios de comunicación a los artesanos para que participen de las ferias regionales y nacionales.

3. Revisión de calidad de los productos artesanales: Una vez se haya hecho la convocatoria y los artesanos se hayan inscrito, se procede a hacer revisión de calidad, diseño, color, etc. de los productos que se llevaran a la feria, este proceso lo realizara, un profesional en Arte.

4. Alquiler de stand para la organización y venta de las artesanías: Una vez se haya hecho la revisión de los productos se procede a alquilar el stand en el lugar que se desarrollara la feria en la respectiva ciudad.

5. Participación en ferias regionales y nacionales: Por medio de la participación en ferias ya sea regionales y nacionales los artesanos tendrán la oportunidad de promocionar y dar a conocer las artesanías de Barniz de Pasto, además de generar vínculos comerciales para el mejoramiento de la comercialización de las artesanías.

Gráfico 9. Proceso de participación en ferias artesanales



Fuente: Este trabajo.2014.

2.9 CAPACIDAD Y BENEFICIARIOS

El proyecto está en capacidad de comercializar 111.807 bomboneras y 63.146 porta vasos al finalizar el año 2017 beneficiando a 67 artesanos de la técnica de Barniz de Pasto en el mejoramiento de sus ingresos, y a aproximadamente 233 artesanos de otras técnicas que participen en ferias regionales organizadas por la comercializadora.

2.10 LOCALIZACION DE LA ALTERNATIVA

- **Macro localización:** Teniendo en cuenta que las artesanías de Barniz de Pasto se producen únicamente en el municipio de San Juan de Pasto, la alternativa de solución se localizará en el municipio de Pasto.

Gráfico 10. Ubicación del Municipio de Pasto



Fuente: www.google.com

- **Micro localización:** Para determinar la micro localización de la alternativa escogida se analizara las opciones **A** Barrio La Aurora y **B** Sector Bomboná ubicadas en la ciudad de Pasto bajo los siguientes factores:

- ✓ Cercanía al mercado
- ✓ Afluencia de personas locales y turistas
- ✓ Disponibilidad de espacio para construcción de infraestructura
- ✓ Seguridad

Tabla 7. Evaluación de micro localización de alternativa

ANÁLISIS DE MICRO LOCALIZACIÓN DE ALTERNATIVA					
Criterios	Peso Ponderado	Barrio La Aurora		Sector Bomboná	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Cercanía al mercado	0,3	6	1,8	6	1,8
Afluencia de personas locales y turistas	0,3	8	2,4	7	2,1
Disponibilidad de espacio para construcción	0,2	7	1,4	5	1,0
Seguridad	0,2	6	1,2	5	1,0
TOTAL	1		6,8		5,9

Fuente: Este Trabajo.2014.

De acuerdo al análisis de micro localización realizado, la opción más pertinente para la ubicación de la alternativa es la opción A, Barrio La Aurora.

2.11 ESTUDIO AMBIENTAL

Dado que el fin del proyecto es brindar estrategias de mercadeo para el mejoramiento de la comercialización de artesanías no se requiere ningún tipo de estudio ambiental.

2.12 ANÁLISIS DE RIESGOS

- Estudio de suelo de como resultado que el terreno no sea apto para la construcción de la infraestructura de la comercializadora de artesanías.
- Por riesgo volcánico que la ciudad de Pasto presenta por la presencia del Volcán Galeras, la infraestructura de la comercializadora será construida con estructura sismo resistente.
- Por riesgo volcánico se ve afectada la comercialización de las artesanías a nivel regional debido a la disminución de turistas por la reactivación del volcán.

2.13 COSTO DE LA ALTERNATIVA

Tabla 8. Resumen Presupuesto del proyecto

RESUMEN DEL PRESUPUESTO		
	FUENTE DE FINANCIACION	TOTAL
	SGR	
	Efectivo	
Talento humano	\$ 358.665.520,00	\$ 358.665.520,00
Equipos y software	\$ 60.000.000,00	\$ 60.000.000,00
Capacitación y participación en eventos	\$ 52.783.096,00	\$ 52.783.096,00
Servicios tecnológicos y pruebas	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00
Materiales, insumos y documentación	\$ 914.116.000,00	\$ 914.116.000,00
Protección de conocimiento y divulgación	\$ 108.462.000,00	\$ 108.462.000,00
Gastos de viaje	\$ 802.336.200,00	\$ 802.336.200,00
Infraestructura	\$ 429.710.914,60	\$ 429.710.914,60
Administrativos	\$ 251.320.320,00	\$ 251.320.320,00
Interventoría	\$ 136.798.686,53	\$ 136.798.686,53
Otros	\$ 21.200.000,00	\$ 21.200.000,00
TOTAL	\$ 3.136.292.737,13	\$ 3.136.292.737,13

Fuente: Este Trabajo. 2014.

2.14 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla 9. Depreciación de Activos

Activo	Vida útil	Años pendientes depreciación	Costo de Adquisición	Depreciación Acumulada	Costo Contable y Fiscal
Edificio	50	47	429.710.915	25.782.655	403.928.260
Equipo de Oficina	10	7	5.000.000	1.500.000	3.500.000
Equipo Computo	5	2	24.000.000	14.400.000	9.600.000
Muebles y Enseres	10	7	31.000.000	9.300.000	21.700.000
Valor Activos			489.710.915	50.982.655	438.728.260

Fuente: Este Trabajo. 2014.

2.15 CUANTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE BENEFICIOS E INGRESOS

Ingresos: Los ingresos serán percibidos por la venta de los siguientes servicios:

- **Servicio de comercialización**

- ✓ Venta de Bomboneras a consumidor final
- ✓ Venta de portavasos a consumidor final
- ✓ Venta de Bomboneras a tiendas artesanales en otras ciudades del país
- ✓ Venta de portavasos a tiendas artesanales en otras ciudades del país

- **Servicio de Promoción**

- ✓ Publicidad en medios de comunicación
- ✓ Alquiler de un Stand en Feria Artesanal en Pasto para artesanos beneficiarios
- ✓ Alquiler de un Stand en Feria Artesanal en Pasto para artesanos de otras técnicas
- ✓ Alquiler de un Stand en Feria Artesanal en Ipiales para artesanos beneficiarios
- ✓ Alquiler de un Stand en Feria Artesanal en Ipiales para artesanos de otras técnicas

Para calcular los ingresos que genera el proyecto, se tendrán en cuenta el precio de los servicios que se muestran en la tabla N° 5.

Tabla 10. Ingresos generados por el proyecto

CONCEPTO	AÑOS		
	2.015	2.016	2.017
Precio de venta de producto (20% de valor total de bomboneras)	16.200	16.920	17.640
Ingresos por venta de bomboneras	588.043.800	630.591.480	674.535.960
Precio de venta de producto (20% de valor total de portavasos)	5.400	5.760	6.120
Ingresos por venta de portavasos	112.660.200	121.242.240	129.952.080
Precio de venta de bomboneras a minoristas en otras ciudades (25% de valor total)	20.250	21.150	22.050
Ingresos por venta de Bomboneras a minoristas en otras ciudades	33.756.750	35.257.050	36.757.350
Precio de venta de portavasos a minoristas en otras ciudades (25% de valor total)	6.750	7.200	7.650
Ingresos por venta de Portavasos a minoristas en otras ciudades	11.252.250	12.002.400	12.752.550
Precio de publicidad en medios de comunicación mensual	840.000	882.000	926.100
Ingresos por publicidad en medios de comunicación	56.280.000	59.094.000	62.048.700
Precio de alquiler de stands en feria en Pasto para beneficiarios del proyecto	600.000	630.000	661.500
Ingresos por alquiler de stands en feria en Pasto	40.200.000	42.210.000	44.320.500
Precio de alquiler de stands en feria en Ipiales para beneficiarios del proyecto	650.000	682.500	716.625
Ingresos por alquiler de stands en feria en Ipiales	43.550.000	45.727.500	48.013.875
Precio de alquiler de stands en feria en Pasto para artesanos de otras técnicas	700.000	735.000	771.750
Ingresos por alquiler de stands en feria en Pasto para artesanos de otras técnicas	163.100.000	171.255.000	179.817.750
Precio de alquiler de stands en feria en Ipiales para artesanos de otras técnicas	750.000	787.500	826.875
Ingresos por alquiler de stands en feria en Ipiales para artesanos de otras técnicas	174.750.000	183.487.500	192.661.875
TOTAL INGRESOS	1.224.243.000	1.300.867.170	1.380.860.640

Fuente: Este trabajo. 2014.

3. FASE III: EVALUACIÓN EX ANTE

3.1 JUSTIFICACION DE COSTO DE OPORTUNIDAD TOMADO

La tasa de oportunidad que se escogió para la evaluación del proyecto es 4,65% establecida por el Banco de la República como la tasa de interés de los certificados de depósito a término a 360 días. El horizonte del proyecto es de 3 años comprendido entre los años 2014 y 2017, periodo en el cual se estima recuperar la inversión; la evaluación se realizó a precios constantes.

3.2 EVALUACION FINANCIERA

Tabla 11. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA				
DESCRIPCION	AÑOS			
	2014	2015	2016	2017
Flujo Neto de Caja	-2.502.052.531	1.011.496.264	1.090.120.434	1608842164
Ingresos y Beneficios	0	1.224.230.000	1.300.867.170	1.380.860.640
Créditos	0	0	0	0
Costos de Pre inversión	0	0	0	0
Costos de Operación	0	212.746.736	210.746.736	210.746.736
Amortización créditos	0	0	0	0
Interés créditos	0	0	0	0
Valor de Salvamento	0	0	0	438.728.260
Costo de inversión	-2.502.052.531	0	0	

Fuente: Este trabajo. 2014.

3.3 INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 12. Indicadores de evaluación financiera

EVALUACION FINANCIERA						
VPNF	TIRF	RBC	Costo por capacidad financiero	Costo por beneficiario financiero	VPNC	CAE
863.664.671	20,68 %	1,14	53.358.522	53.358.522	3.464.469.316	1.263.848.227

Fuente: Este trabajo. 2014.

- **VALOR PRESENTE NETO.** Este indicador permite evaluar el proyecto. Si el $VPN > 0$, el proyecto será aceptado ya que los ingresos son superiores a los costos, mientras que si $VPN < 0$, el proyecto será rechazado porque con los ingresos que genera el proyecto no se podrá recuperar los costos. La tasa de interés que se debe utilizar para calcular el VPN es la Tasa de Inertes de Oportunidad TIO, para este caso se utilizó $TIO=4,65\%$.

El VPN del presente proyecto según la Metodología General Ajustada es \$863.664.671 valor que representa la riqueza adicional que se conseguirá con la ejecución del proyecto, es decir que con los ingresos que genera el proyecto se podrán recuperar los costos.

- **TASA INTERNA DE RETORNO.** Este indicador es la mínima tasa en la cual se puede recuperar los costos, es decir, la tasa de interés donde convierte en cero el VPN. Para evaluar el proyecto se debe tener en cuenta que si la $TIR > TIO$ se acepta el proyecto, si la $TIR < TIO$, el proyecto se debe rechazar. La TIR que se obtuvo para el presente proyecto es $TIR= 20,68\%$, como es mayor a la TIO ($4,65\%$), el proyecto puede recuperar los costos.

4. FASE IV: TOMA DE DECISION Y PROGRAMACION DEL PROYECTO

4.1 FUENTE DE FINANCIACIÓN

Para la etapa de inversión del proyecto la entidad que va a financiar es la Corporación Autónomas del Sistema General de Regalías a través de la entidad Corporación Autónoma Regional de Nariño CorpoNariño con asignaciones directas de recursos.

Para la etapa de operación del proyecto la entidad que va a financiar es el Presupuesto Nacional por medio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4.2 PROGRAMACIÓN DE INDICADORES

4.2.1 Indicadores de producto

- Comercio Monto de proyectos de inversión iniciados por inversionistas atendidos Proexport (US\$ millones)
- Número de piezas de Barniz de Pasto vendidas a otras ciudades de Colombia para mejorar el posicionamiento nacional al final del proyecto
- Personas atendidas
- Eventos De Promoción Del Sector Artesanal Realizados
- Recursos Ejecutados

4.2.2 Indicadores de gestión

- Costo por artesano atendido por actividades organizadas o lideradas por Artesanías de Colombia

CONCLUSIONES

Con la evaluación financiera y económica que se realizó para el proyecto, se puede determinar que es viable invertir en éste ya que el VPN que se obtuvo es de \$863.664.671 y una TIRF igual a 20,68%.

Al ser factible la evaluación del proyecto, éste será sostenible en el tiempo, al generar un alto número de ingresos y beneficios demostrando que la ejecución del proyecto puede llegar a realizarse y contribuir al desarrollo del sector artesanal, principalmente a la comercialización de artesanías en la Técnica de Barniz de Pasto

La formulación y estructuración del proyecto representa la base fundamental para la utilización de la herramienta Metodología General Ajustada.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO. (2014). Plan de Desarrollo Municipal "Pasto: Transformación Productiva" 2012 – 2015

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. (2014). Plan de Desarrollo Nacional "Prosperidad para todos" 2010-2014.

DEPARTAMENTAL "NARIÑO MEJOR". Pasto: Plan de Desarrollo. Gobernación del Departamento de Nariño.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. (2014). Agenda Interna para la Productividad y Competitividad.

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO. (2014). Plan de Desarrollo

HERNÁNDEZ MORENO, Pablo Emilio. (2014) Estudio de la cadena productiva de las artesanías en Nariño. Cámara de Comercio de Pasto. Febrero 2013.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO. FACEA. CEDRE.(2014). Formulación De Una Política Pública De Empleo Para Pasto, 2010.www.udenar.edu.co

www.contratos.gov.co/archivospuc/DA/10331000/064433/DA_PROCESO_06-3-44-33_103001000_51102.pdf

ANEXOS

Anexo A. Análisis de participación

Proyecto: APROVECHAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMERCIALIZACION DE LA ARTESANIAS DE BARNIZ DE PASTO	ACTORES						
	BENEFICIARIOS		COOPERANTES			OPONENTES	EXCLUIDOS Y/O PERJUDICADOS
	DIRECTOS	INDIRECTOS					
CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTORES	67 artesanos en Barniz de Pasto del municipio de Pasto	Productores de Mopamopa	ALCALDIA DEL MUNICIPIO DE PASTO	MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO	UDENAR	Comercializadores de artesanas en Barniz de pasto (Mopa – Mopa)	PRODUCTORES NO VINCULADOS AL PROYECTO
Intereses	Las nuevas generaciones se interesen por aprender la técnica de Barniz de Pasto	Incrementar el cultivo de Mopamopa para proveer a los artesanos de Barniz de Pasto	Disminuir los niveles de desempleo en el municipio de pasto	Mejorar el posicionamiento de las artesanías de Barniz de Pasto en el mercado nacional.	Proporcionar conocimiento al sector artesanal Barniz de Pasto para mejorar su problemática.	Ser los únicos distribuidores de las artesanías de Barniz de pasto en el mercado regional y nacional	Ser vinculados al proyecto junto con los artesanos de Barniz de pasto, para tener los mismos beneficios
Necesidades	Mejorar sus ingresos	Mejorar sus ingresos	Fomentar la creación y formalización de empresas artesanales en el municipio de pasto	Procurar el interés de los artesanos en Barniz de Pasto para la formalización de empresa.	Desarrollo de un proyecto para el mejoramiento de ingresos en el sector de Artesanías de Barniz de Pasto.	Mejorar la rentabilidad de las comercializaciones y expansión del mercado de artesanías de Barniz de pasto para mejorar sus beneficios económicos.	Mejorar sus ingresos y conseguir mejorar y expandir sus cultivos de Mopamopa, materia prima del Barniz de Pasto.
Motivos	Posicionar las artesanías dentro del mercado regional y nacional	Mejorar las sus relaciones con los artesanos e incrementar sus clientes.	Mejorar la calidad de vida de los artesanos.	La participación en ferias naciones e internacionales con mayor volumen y variedad de productos	Enfrentar a los estudiantes ante hechos reales que el mercado ofrece.	Mejorar la calidad de vida de sus familias y de las familias a las cuales compran sus mercancías artesanales.	Recibir capacitaciones y orientaciones sobre su cultivo y manejo de asociatividad para expandir su negocio.
Actitudes	Proactiva, propositiva, participativa	Proactiva, propositiva, participativa	Proactiva, propositiva, participativa	proactiva, propositiva, participativa	proactiva, propositiva, participativa	Negación, proactivo y participativo.	proactiva, propositiva, participativa
Expectativas	Fortalecer la cadena de la artesanía de Barniz de Pasto	Tener una relación directa con las asociaciones de Barniz de Pasto.	Mejorar el desarrollo económico del municipio	Conseguir exportaciones de artesanías en Barniz de Pasto en mayores volúmenes.	Conseguir la aprobación y desarrollo una vez finalizado la formulación del proyecto.	Ampliar sus mercados a exportación internacional sin perder su participación directa en las negociaciones.	Mejorar los cultivos de Mopamopa y con ello ampliar las zonas de cultivo.
Capacidades	Intelectual y técnica.	Intelectual y técnica.	intelectual, de gestión, técnica	intelectual, gestión, técnica	intelectual, gestión, técnica	intelectual, gestión, técnica	Intelectual, técnica, física.
Potencialidades	Crear una asociación de artesanos de Barniz de pasto.	Ser los proveedores de mayor cantidad de artesanos de Barniz de Pasto	Mejorar el desarrollo empresarial artesanal de la región.	Mejorar las relaciones entre los artesanos de Barniz de Pasto	Participación y motivación por parte de los artesanos de Barniz de Pasto y diferentes cooperantes para el desarrollo del proyecto.	Negociar a menores precios las artesanías de Barniz de pasto para mejorar sus utilidades.	Ampliar su lista de clientes y a quienes sirven como proveedores para dar abasto en la demanda de la Materia prima.
Limitaciones	Egoísmo y malas relaciones de los artesanos de Barniz de Pasto	La escasez de zona apta para el cultivo de Mopamopa	Desmotivación por parte de los artesanos de Barniz de Pasto	Desinterés y malas relaciones entre los artesanos de Barniz de Pasto	Tiempo para el desarrollo del proyecto, falta de información por parte de los involucrados.	Falta de recursos económicos para el incremento de sus mercancías y competencia desleal en el mercado.	La dificultad de siembra del cultivo, ya que solo crece en zona silvestre.
¿Cuáles son los actores claves para el proyecto?	Artesanos de Barniz de Pasto	Productores de cultivo de Mopamopa.	Alcalde municipal de pasto Dr. Harold Guerrero López.	Funcionarios de Artesanías de Colombia S.A	Rector de la Universidad de Nariño Edmundo Calvache.	Comercializadores e intermediarios directos e indirectos.	Productores cultivadores, de la materia prima de Barniz de pasto Mopamopa.
¿Cuál será el impacto que el proyecto tenga sobre ellos?	Alto	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto	Bajo
¿Cuál es su grado de influencia sobre los demás?	Alta	Alta	Medio	Medio	Medio	Alto	Bajo

Fuente: Este trabajo. 2014.

Anexo B. Matriz marco lógico barniz de Pasto

FIN	Lógica de Intervención	Indicadores Verificables Objetivamente	Fuentes y medios de verificación	Hipótesis
	Diseñar estrategias de mercadeo para el mejoramiento de la comercialización de las artesanías de Barniz de Pasto	Después de 3 años de haberse ejecutado el proyecto, se habrá mejorado la Comercialización de las artesanías de Barniz de Pasto a través de la utilización de Estrategias de Merodeo en un 60%.	Libros Contables, Encuestas dirigidas al consumidor para establecer la aceptación y conocimiento del producto	Los artesanos de Barniz de Pasto, después de haberse ejecutado el proyecto no implementen de manera efectiva las estrategias de mercadeo para el mejoramiento de la comercialización de las artesanías.
Objetivo General		Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
	Establecer mecanismos para penetrar a nuevos mercados	Al finalizar el proyecto se habrán establecido al menos 3 estrategias para promocionar las artesanías de Barniz de Pasto.	Registros de asistencia a ferias, registro fotográfico y filmico de las capacitaciones, publicidad en medios de comunicación.	Los artesanos del Barniz se muestran interesados en la aplicación de las Estrategias de Mercado, para incrementar sus ventas.
Objetivos específicos		Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
A	Capacitar a artesanos sobre estrategias de promoción y penetración en el mercado	6 meses después de haberse aprobado el proyecto se habrá logrado la capacitación de 67 artesanos, correspondiente al 100% de los beneficiarios, en estrategias para promocionar y penetrar nuevos mercados.	*Contrato de Prestación de Servicios del talento humano necesario para la realización de convocatoria y propaganda para dictar la capacitación a los artesanos. *Diseño gráfico de volantes. *Contrato de Alquiler de instalaciones, pupitres y tablero acrílico para capacitación. *Facturas de compra de materiales didácticos y computador portátil.	La participación de los artesanos y tiempo disponible sea un problema para llevar a cabo la capacitación de promoción y penetración de nuevos mercados.
B	Participar y organizar ferias artesanales	Al finalizar el proyecto se habrá logrado la participación en 6 ferias nacionales correspondiente al 100% de los artesanos, y la organización de 6 ferias regionales para los 3 años de proyección del proyecto.	*Contrato de Prestación de Servicios del talento humano necesario para la realización de convocatoria y propaganda para la participación en ferias nacionales y la organización de nuevas ferias regionales. *Pago por tickets de aéreos para gestión de nuevas ferias regionales. *Diseño gráfico de volantes. *Impresión de aprobación de Propuesta para la organización de nuevas ferias regionales *Contrato de alquiler de instalaciones para ferias regionales. *Factura de compra de Stand y mesas para ferias.	Los trámites legales para la aprobación de la organización de nuevas ferias demore más del tiempo estipulado por el proyecto. * La evaluación del proyecto por el ministerio de comercio industria y turismo genere un concepto negativo, para la cofinanciación de ferias nacionales y regionales.
C	Utilizar nuevos espacios físicos y medios de comunicación	*Al finalizar el primer año después de haberse aprobado el proyecto se habrá construido una infraestructura física, para la comercialización, venta y promoción de las artesanías de Barniz de Pasto. * Al finalizar los 3 años de proyección del proyecto se habrá utilizado los medios de comunicación necesarios para la adecuada promoción y publicidad de las artesanías de Barniz de Pasto	*Planos y Diseños de infraestructura física de la comercializadora avalado por un ingeniero civil. *Contrato de prestación de servicios de Talento Humano necesario para la creación de infraestructura y la utilización de nuevos medios de comunicación * Escrituras de Compra de terreno para Comercializadora. *Diseños graficos de Publicidad para artesanías de Barniz de Pasto. *contrato para Propagandas radiales y televisivas.	Conseguir el aval dado por la dependencia de Planeación municipal del Municipio de Pasto, para llevar a cabo la construcción de la comercializadora, el análisis de suelos sea adecuado para el desarrollo de la comercializadora. Propaganda radial y televisiva de impacto a nivel nacional y regional.
Resultados esperados		Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
A1	Artesanos capacitados sobre estrategias de promoción de las artesanías de Barniz de Pasto y penetración en el mercados	6 meses después de haberse aprobado el proyecto se habrá capacitado al 100% de los beneficiarios del proyecto.	Registros de asistencia, registro fotográfico y filmico.	La capacitación cuente con un espacio físico y didáctico necesario para su efectivo desarrollo.
A2	Participación en ferias artesanales nacionales y organización de ferias artesanales regionales mejorada	durante los 36 meses de haberse ejecutado el proyecto y realizado la capacitación, conjuntamente, se habrá logrado la participación del 100% de los artesanos en ferias artesanales nacionales y se habrá organizado al menos dos ferias a nivel regional por año	Registro de asistencia ferias, fotográfico y filmico, documentos de permisos para organización de ferias.	acompañamiento de instituciones Públicas, como Artesanías de Colombia y Cámara de Comercio en la participación y organización de ferias para los artesanos
A3	Utilización de medios de comunicación para promoción aumentada e infraestructura creada para comercialización de artesanías de Barniz de Pasto	*Al finalizar el año de inversión del proyecto se habrán construido un espacio físico para la comercialización de artesanías. *Al finalizar los 3 años de operación del proyecto se habrá logrado que el 80% de los artesanos utilicen nuevos medios de comunicación para promocionar sus productos.	Instalación física construcción, propagandas radiales y televisivas. Página web, Anuncios en Redes Sociales.	La construcción de la instalación y la utilización de medios de comunicación generen un gran impacto para la promoción de las artesanías de Barniz de Pasto en la comunidad Regional.

(Continuación Anexo B Matriz marco lógico barniz de Pasto)

Actividades (Organizadas cronológicamente)		TOTAL INVERSION		
A.1.1	Realizar convocatoria	3.910.896		
A.1.2	Realizar logística y adecuación de las instalaciones de capacitación	11.351.400		
A.1.3	Compra de Materiales de Trabajo	8.264.920		
A.1.4	Capacitación de artesanos	37.255.880		
A.2.1	Realizar convocatoria	21.498.560		
A.2.2	Gestionar la participación de artesanos en ferias Nacionales ante el Ministerio de Industria Comercio y Turismo	70.299.920		
A.2.3	Participación de artesanos en las ferias Artesanales Nacionales: Medellín y Bogotá.	1.467.052.400		
A.2.4	Gestionar la organización de ferias artesanales regionales ante la Secretaría de Industria Comercio y Turismo de Nariño	79.421.200		
A.2.5	Participación de artesanos en las ferias Artesanales Regionales: Pasto e Ipiales	78.778.920		
A.3.1.	Diseñar Pagina web	52.176.800		
A.3.2.	Realizar publicidad en medios masivos de comunicación	160.245.840		
A.3.3.	Construcción y adecuación y puesta en funcionamiento comercializadora de artesanías	745.716.995		
	Interventoría	136.798.687		
	Gestión del proyecto	263.520.320		
	TOTAL INVERSION	3.136.292.737		

Fuente: Este trabajo. 2014.