

## **GESTION COMERCIAL**

### **VENTAS**

Sin desconocer la gravedad de las dificultades que asechan a nuestro país, mantenemos la fe y el optimismo de continuar creciendo a través de las ventas del producto artesanal, tanto a nivel nacional como internacional..

El incremento en las ventas que se han registrado desde los últimos cuatro años, se debe a la cuidadosa selección de productos con alto contenido en diseño y precios competitivos, además de una variada y surtida oferta de artículos de regalo, accesorios utilitarios y decoración.

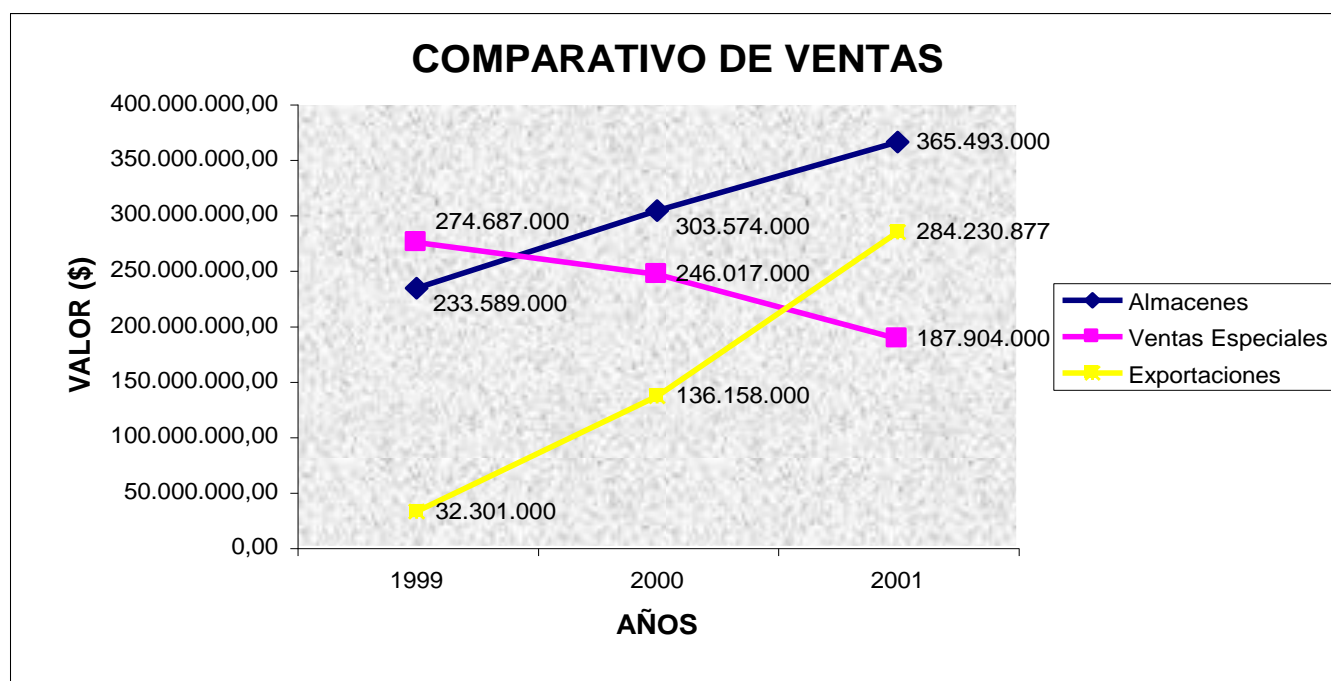
**CUADRO COMPARATIVO DE VENTAS TOTALES FACTURADAS  
2000 –2001**

| <b>AÑO</b> | <b>META DE VENTAS</b> | <b>VENTAS EFECTUADAS</b> | <b>% DE CUMPLIMIENTO</b> |
|------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| 2000       | \$ 1.056.000.000      | \$ 825.944.000           | 78%                      |
| 2001       | \$1.100.000.000       | \$1.286.460.000          | 116.9%                   |

El Cuadro muestra que el nivel de ventas en el año 2001, alcanzó una cifra muy significativa, sobrepasando la meta establecida. El porcentaje de cumplimiento fue del 116.9%.

**CUADRO COMPARATIVO DE VENTAS POR CANAL  
Y NIVEL DE CRECIMIENTO**

| CANAL                                       | VENTAS \$          |                      | PARTICIPACION (%) |             | NIVEL DE CRECIMIENTO |            |
|---|--------------------|----------------------|-------------------|-------------|----------------------|------------|
|   | 2000               | 2001                 | 2000              | 2001        | 2000                 | 2001       |
| Almacenes                                   | 303.574.000        | 399.417.000          | 37%               | 31%         | 30%                  | 32%        |
| Exportaciones                               | 136.158.000        | 284.139.000          | 16%               | 22%         | 322%                 | 107%       |
| Venta Institucional                         | 246.017.000        | 187.904.000          | 30%               | 15%         | -10%                 | -30%       |
| Expohannover                                | 140.195.000        |                      | 17%               |             |                      |            |
| Facturación por mandato<br>– Expoartesanías |                    | 415.000.000          |                   | 32%         |                      |            |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>825.944.000</b> | <b>1.286.460.000</b> | <b>100%</b>       | <b>100%</b> | <b>55%</b>           | <b>56%</b> |



Como se puede observar, a pesar de la difícil situación económica y social que atraviesa el país, Artesanías de Colombia para responder con eficiencia a los retos y oportunidades de la creciente competencia nacional y extranjera, pero dentro de los parámetros del producto hecho a mano, la empresa ha continuado ofertando productos con alto contenido en diseño, con el apoyo de los diferentes laboratorios para la artesanía, con lo cual se ha logrado mantener las ventas de los diferentes canales de comercialización.

Teniendo en cuenta lo anterior, se logró un incremento de las ventas totales frente al año anterior del 6%, que representa un valor de \$45.516.000 en el 2001, lo anterior dado la gestión comercial adelantada por el equipo de la Subgerencia Comercial, destacándose un crecimiento de 107% en las ventas internacionales con una participación dentro del total de ventas de 33% frente al 16% del año 2000.

Por otra parte, los Almacenes registraron un crecimiento en sus ventas del 32%, que representan un valor de \$35.843.000 en el año 2001; la participación dentro del total de ventas fue del 45%. Las ventas institucionales, fue el canal que se vio más afectado por la coyuntura económica, especialmente por la austeridad del gasto de la mayoría de las empresas colombianas.

El porcentaje de cumplimiento en la meta de ventas ha venido creciendo, no sólo por la gran oferta de productos que comercializa cada uno de los canales, sino por el trabajo en equipo de la Empresa, que se ha venido ajustando a las necesidades del mercado.

## **ALMACEN DEL NORTE**

La apertura a mediados del mes de Julio de 2001, del nuevo punto de venta ubicado en la carrera 11 84-12, que ha logrado un promedio de treinta y cinco millones de pesos en ventas mensuales, a través de la innovación en productos, decoración y un cambio permanente de la exhibición en las vitrinas que lo hacen ser imponente por su variado y selecto surtido.

Este Almacén ha tenido gran aceptación por parte de turistas nacionales y extranjeros y conocedores del producto artesanal colombiano. El variado surtido de accesorios utilitarios y de

decoración que allí se exhiben han logrado posicionarlo en tan sólo siete meses como uno de los almacenes obligados de visitar en el sector . Sus ventas han ido incrementándose logrando vender en el mes de diciembre cincuenta millones de pesos. La permanente gestión en decoración y rotación de inventarios, han permitido la dinámica en ventas de este punto de venta.

La meta es continuar apoyando los dos puntos de venta propios, y ampliar a corto plazo el mercado de almacenes bajo el sistema de franquicias.

En el mes de diciembre las vitrinas del almacén de la carrera 11 84-12, fueron decoradas con un árbol navideño elaborado con chamizos de variados colores y máscaras del carnaval de Barranquilla, así mismo, un pesebre diseñado en cabecinegro y accesorios en fibras vegetales, las cuales recibieron la Mención Regalos y Objetos en el XIV Concurso de Vitrinas Navideñas que realiza la Cámara de Comercio de Bogotá en el mes de diciembre.



## VENTAS INTERNACIONALES

La gestión de **venta internacional** de Artesanías de Colombia, entendida como las exportaciones que realiza la empresa hacia sus mercados objetivos internacionales (EEUU, Alemania, Francia, Italia, Isla Guadalupe, Panamá), ha venido siendo impulsada a través de la oferta de un grupo de productos artesanales denominados de la línea comercial, que se ofrece dado que cumplen con requisitos tan importantes como la calidad, diseño y representación cultural de nuestro país.

Además de la anterior venta internacional directa, se ofrece una modalidad especial de venta que se denomina **Servicios de intermediación comercial para exportación**, entendida como los servicios de asesoría para la identificación y compra de mercancía destinadas a exportación, y comprende el acopio, empaque y embalaje, documentos y trámites a que hay lugar en dicho proceso.

A pesar de la difícil situación que se ha presentado en la economía colombiana en general, y la incidencia que ha tenido sobre el comercio internacional de todo tipo de producto, y de los cuales la artesanía no es ajena, la Empresa ha continuado impulsando este canal de comercialización, y como resultado de esto se ha notado un incremento en el volumen de ventas internacionales.

Dentro de las estrategias que ha formulado y aplicado Artesanías de Colombia con este propósito se pueden mencionar:

- Impulso comercial de las franquicias internacionales, que dio como resultado el establecimiento de una franquicia en el Estado de la Florida en los Estados Unidos.
- Constante comunicación con los clientes actuales, lo que ha generado importantes negocios de recompra y permanencia de los clientes.
- Representación comercial en ferias de Europa, lo que ha permitido la presencia de Artesanías de Colombia, en ferias especializadas en artesanía y artículos para regalo. De esta forma, se ha logrado identificar potenciales clientes y conocer la aceptación de la artesanía colombiana en estos mercados.

- Oferta comercial competitiva en precios, diseño, calidad y capacidad de producción.
- Definición y aplicación de una política de precios de exportación para el año fiscal correspondiente, teniendo en cuenta el comportamiento del dólar.
- Establecimiento de precios especiales para exportación y sistema de franquicias.

Gracias a la aplicación de las anteriores estrategias, se ha logrado no sólo incrementar el volumen de ventas de la institución, sino que de igual forma se ha incentivado a la exportación del sector en general; contribuyendo además con la constante asesoría que se brinda en el tema de exportaciones de artesanías.

### **CUADRO RESUMEN EXPORTACIONES POR PAISES**

**2001**

| <b>PAIS</b>           | <b>VALOR FOB. USD</b> |
|-----------------------|-----------------------|
| <b>ESTADOS UNIDOS</b> | <b>USD 22.482.68</b>  |
| <b>PANAMA</b>         | <b>USD 52.666,62</b>  |
| <b>ISLA GUADALUPE</b> | <b>USD 16.339,51</b>  |
| <b>ALEMANIA</b>       | <b>USD 13.407,61</b>  |
| <b>ITALIA</b>         | <b>USD 12.760.37</b>  |
| <b>BRASIL</b>         | <b>USD 1.246.22</b>   |
| <b>AUSTRALIA</b>      | <b>USD 2.200,00</b>   |
| <b>HOLANDA</b>        | <b>USD 2.044,50</b>   |
| <b>TOTAL USD</b>      | <b>USD 123.147.51</b> |

## **CENTRO DE NEGOCIOS DE ARTESANIAS DE COLOMBIA EXPOARTESANIAS 2001**



Este año, tuvo lugar la segunda versión del Centro de Negocios de Artesanías de Colombia, en el marco de la Feria de Expoartesánias 2001. Este centro de Negocios estuvo caracterizado por una exposición de productos representativos de nuestra cultura artesanal, dirigida a los clientes nacionales e internacionales que visitaron dicha feria, con intenciones de negocios de exportación.

Por otra parte, dentro del Centro de Negocios, se organizó un espacio institucional, donde empresas como BANCOLDEX, MINCOMEX, IFI, FINAMERICA y ECOMERZ, prestaron asesoría permanente a los artesanos y comercializadores de artesanías colombianas, en temas tan importantes como las líneas de crédito para la pequeña y mediana empresa, comercio electrónico y los requisitos para la exportación de este tipo de producto.

Es de anotar, que el Centro de Negocios logró gran desarrollo y reconocimiento en este segundo año de su organización, dentro de los clientes internacionales invitados especiales de Proexport Colombia, quienes optaron por nuestros servicios de intermediación comercial para la exportación de productos artesanales.

En esta ocasión, se atendieron cerca de ciento setenta clientes potenciales, a los cuales se les brindó toda la información y asesoría sobre las artesanías colombianas y las posibilidades de negocio que ofrece Artesanías de Colombia para los mercados internacionales. Los principales países de visita fueron Estados Unidos, España, Panamá, Holanda, Francia, Italia e Isla Guadalupe, países con los cuales se logró establecer negocios de exportación alrededor de USD 100.000.

El siguiente cuadro resume los negocios internacionales concretados en el Centro de Negocios, discriminados por países importadores. Estas exportaciones se han programado para ser despachadas el primer trimestre del año 2002.

Dentro de las estrategias utilizadas para fomentar esta negociación, en el centro de negocios se pueden mencionar:

- Acompañamiento del cliente en el recorrido de la feria, para la selección de los productos de su interés.
- Sistema de compras a través de avances, que permite un ágil proceso de adquisición, acopio y despacho de los productos.

**EXPORTACIONES**  
**CENTRO DE NEGOCIOS 2001**



| <b>PAIS IMPORTADOR</b> | <b>VALOR USD</b>     |
|------------------------|----------------------|
| ESTADOS UNIDOS         | USD 5.731,72         |
| PANAMA                 | USD 18.477,98        |
| HOLANDA                | USD 5.000,00         |
| ISLA GUADALUPE         | USD 16.115,00        |
| ITALIA                 | USD 6.000,00         |
| FRANCIA                | USD 12.000,00        |
| ESPAÑA                 | USD 30.000,00        |
| <b>TOTAL</b>           | <b>USD 93.324.70</b> |

Estos negocios fueron concretados en el Centro de Negocios de Artesanías de Colombia , en la Feria Expoartesánías, y los respectivos despachos se programaron para los primeros dos meses del año 2002.