

**MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO**

**ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A**

**Proyecto “Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal en la ciudad de Bogotá. Primera fase”**

**[Informe de realización de Talleres de capacitación en Servicio al Cliente, Costos y Plan de Negocio]**

**Unión Temporal de Artesanías para la Prosperidad**

**Gloria Arguello  
Carolina Quintero**

**Nydia Castellanos Gasca**

**Coordinadora Laboratorio de Bogotá**

**Bogotá D. C., 2014**



## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
2. Antecedentes
3. Objetivo general
4. Objetivos específicos
5. Metodología
6. Desarrollo de los temas tratados
7. Contenido de los talleres
8. Desarrollo de la actividad
9. Logros
10. Impacto
11. Conclusiones



## 1. Introducción

Fortalecer a los artesanos de la ciudad de Bogotá, es una parte fundamental para su sostenibilidad y competitividad en el sector. Por lo anterior, se enfatiza en el servicio al cliente con la posibilidad de proporcionarles confianza y sentido de pertenencia que se vea reflejado ante el contacto y manejo del cliente, desarrollando su capacidad de convencimiento hasta conseguir la venta exitosa de su producto, siempre en la búsqueda de fortalecer su comercialización

Se ha identificado a lo largo del contacto que se ha tenido con los artesanos que establecer los costos de producción es una labor de la que no se encuentran seguros y dudan en la mayoría de los casos de si lo hacen de manera correcta. En sus comentarios cotidianos está el hecho de participar en capacitaciones en donde la exposición no resulta clara y en el momento de llegar a aplicarlo en la vida normal no es fácil para ellos. Es por ello que se enfatiza en la importancia de tener en cuenta todos los factores que intervienen a la hora de elaborar sus productos y posteriormente establecer un precio de venta con el cual sientan que su trabajo vale la pena y que están cobrando un precio justo por su ardua labor.

Para el artesano el desarrollo de una idea de negocio se hace basado en la intuición, desafortunadamente se ha detectado que no se hace una planificación y evaluación del proyecto donde evalúe los aspectos del proceso de producción financieros y comerciales, que ayuden al éxito de su negocio. Es por ello que se resalta la necesidad de capacitar acerca de los planes de negocio, pero dado que las convocatorias llevan a un grupo heterogéneo se ha determinado la necesidad de dar una explicación por parte del tallerista de los conceptos básicos y a través del ejemplo práctico promover la necesidad del artesano de diligenciar y entender los conceptos que le ayudaran en cualquier momento a ponerlo en práctica en su vida cotidiana.

Dada la importancia de lo mencionado, se realizaron talleres de **Servicio al Cliente, Costos y Plan de Negocio**, utilizando como ayudas educativas presentaciones claras y de fácil comprensión para el artesano, explicando con ejemplos las diferentes situaciones que pueden presentarse en el desempeño de su labor.

Como valor agregado, se realizó una actividad grupal con el objetivo de fusionar las capacitaciones y los temas dictados a lo largo del día, buscando plasmar en un

producto y la conformación de una asociación los conocimientos impartidos, partiendo de la premisa, que en la práctica se aprende más que en la teoría. El taller contó con los temas de desarrollo personal, emprendimiento, bancarización, servicio al cliente, costos y plan de negocios.

## **2. Antecedentes**

Artesanías de Colombia, es una Entidad que ha dedicado gran esfuerzo en la formación integral de la población artesanal, desarrollando programas de capacitación técnica. Además impulsa continuamente los espacios que se dedican a la comercialización, siendo representativo el caso de la construcción de Plaza de los Artesanos en donde se propende por la actividad comercial durante el año.

Otras Entidades del estado como el IPES, realizan aportes significativos en la formación integral del artesano, implementando ferias donde participa de manera activa el sector artesanal.

## **3. Objetivo General**

Concientizar al artesano sobre la importancia del buen servicio, aprender a costear sus productos y organizar su empresa y/o taller por medio de la elaboración de planes de Negocio, con el fin de aportar a su labor el conocimiento básico que les permita mejorar su calidad de vida.

## **4. Objetivos Específicos**

- Inducir en los participantes procesos de reflexión sobre su comportamiento frente a la atención al cliente y aspectos a mejorar
- Proporcionar elementos que fortalezcan su capacidad de comunicación, en donde sea viable para el artesano establecer un contacto tanto con proveedores como clientes en la búsqueda de nuevas alternativas comerciales.
- Lograr que los artesanos identifiquen conceptos básicos sobre la metodología requerida para sacar los costos de producto
- Brindar herramientas que ayude a establecer un precio de venta justo



- Motivar a los asistentes mediante un ejercicio práctico al trabajo en equipo y desarrollo de los temas vistos en los talleres

## **5. Metodología**

Basados en el aprendizaje experiencial de los artesanos, el enfoque principal se orientó en que éste fortaleciera y descubriera conocimientos, valores y habilidades por medio de la práctica (taller práctico) y permitiéndoles una participación activa y dando un espacio de reflexión sobre su oficio, en medio de una comunicación grupal. Por lo anterior se resalta la actividad motriz y lúdica realizada, buscando un aprendizaje participativo y representativo para su día a día, con el objetivo de que los conocimientos adquiridos perduren en el tiempo.

Lo anterior, resaltando la importancia de aprender mediante la experiencia y utilizando la participación activa de los artesanos, por medio de una actividad agradable que motivara su creatividad, cualidad característica de un artesano y en donde pudieran aplicar y cuestionar sobre los conceptos que se transmitieron en las exposiciones de los talleristas.

## **6. Desarrollo de los temas tratados**

### **6.1 Taller de Costos**

#### **6.1.1. Objetivo:**

Proporcionar elementos que inviten al artesano a reflexionar sobre la necesidad de conocer los costos del producto elaborado, el tiempo que requiere para producirlo y el precio de venta, con que pueda ser competitivo en el mercado y que por supuesto obtenga utilidad.

#### **6.1.2. Actividades**

- ❖ Tiempo (30 minutos): Presentación del tallerista, exposición sobre Costos y determinación de precio de venta

Se hizo una presentación con ayuda audiovisual, en el cual se parte de la importancia de conocer la definición de costos, cómo se dividen en costos directos e indirectos.

Costos directos: Costos que se pueden determinar en el momento de la producción y varían de acuerdo a la cantidad de unidades producidas. (Materia prima, mano de obra directa)

Costos Indirectos: Aquellos que no se es fácil determinar por unidad producida (Servicios públicos, arriendo)

Se explica la necesidad del Artesano, en el momento que empieza la elaboración de un producto, hacer una lista de los materiales que va a utilizar, la cantidad y precio de la materia prima para poder llegar a determinar el costo de materiales requeridos en la producción.

Para determinar la mano de obra directa, relacionar los pasos que necesita la elaboración del producto con la mano de obra requerida y el tiempo utilizado, así determinar el costo de mano de obra.

En la explicación de costos indirectos se hizo énfasis en la necesidad de relacionarlos, dado que en la mayoría de los casos los artesanos tienden a trabajar desde su casa se debe aplicar un porcentaje de acuerdo al espacio utilizado para llevar a cabo el proceso de producción.

Se determinó la forma de establecer el precio de venta, en donde tenga la posibilidad de obtener utilidad y margen, donde se pueda trabajar los descuentos que suelen dar a los clientes que adquieren más de un producto o ventas por mayor.

La presentación se envía por mail a cada artesano para que pueda contar con un soporte y material de consulta, por lo que se tomó la determinación de hacer un ejemplo práctico, en donde cada paso explicado en la clasificación de costos directos e indirectos y la manera de establecer el precio de venta, sea de mayor utilidad.

❖ Dinámica (1 hora 15 min), La actividad de elaboración de un producto con los materiales entregados buscaba ante todo la participación de manera activa de todos los integrantes del grupo. Revisar y registrar la cantidad de material que estaban utilizando y el valor que se daba a la mano de obra, para poder determinar el costo de producción

- ❖ Una vez se determinaban los costos del producto podían determinar el precio de venta de acuerdo al margen de utilidad, que deseaba percibir el grupo y salir a ofrecerlo en la feria. Se hizo énfasis en conocer hasta qué punto era posible bajar el precio de venta, en caso de efectuar descuentos de tal manera que no se incurra en pérdida.
- ❖ Durante la dinámica se trabajó con cada grupo con el fin de apoyarlos en el desarrollo del taller, que la actividad los llevara a entender el proceso y la mejor forma de ponerlo en práctica en cada una de sus actividades.

## 6.2 Taller de Plan de Negocios

### 6.2.1. Objetivo:

Dar a conocer la importancia de desarrollar un plan de negocios de la actividad que lleva a cabo el artesano, dado que es a través de los planes de negocios en que el artesano puede definir a dónde, cómo ir y qué hacer para lograr disminuir los riesgos de elaborar el producto artesanal.

### 6.2.2. Actividades

- ❖ Tiempo (45 minutos): Presentación del tallerista, exposición sobre el Plan de negocios, describiendo la utilidad que tiene para el artesano y el desarrollo de acuerdo al modelo canvas.

Siguiendo con la metodología de desarrollar con un ejemplo que ayude al artesano a entender la mejor forma de implementar el Plan de negocio, se explicó cada concepto y el objetivo que tiene el desarrollo del mismo de tal forma que al ver el ejemplo práctico sea fácil de entender y poner en práctica en la labor de cada uno.

Se inició la exposición a los Artesanos explicando la importancia de implementar un plan de negocio, la necesidad de conocer hacia dónde quiere llegar el Artesano con su negocio en el futuro, analizar el mercado que quiere satisfacer, describir la unidad que va a producir, identificar las necesidades de materia prima, maquinaria, equipo, personal que se requiere.

Se enumeró cada uno de los componentes del Plan de Negocio, buscando la participación de los asistentes para que empezaran a analizar su propio negocio, dando opiniones al respecto y buscando ante todo que los Artesanos entiendan la importancia de conocer su negocio y la posibilidad de desarrollar un plan de negocios.

El primer componente de Planteamiento Estratégico se partió de la idea de dar las definiciones de términos tales como Visión, misión, objetivos y la descripción, de tal manera que puedan encuentren la definición de su negocio y la justificación de mantenerlo.

El segundo componente del Plan de Negocio corresponde al conocimiento del Mercado, saber para quién se produce, a qué segmento del mercado va dirigido el producto que elaboran, cuáles son los beneficios que le va a ofrecer al cliente, determinar cuál es el valor agregado que dará a su producto de tal manera que llegue a ser competitivo en el mercado. Se habló de la necesidad de conocer primero dichas características antes de tomar la determinación de producir. De otra parte conocer la competencia, los aliados estratégicos, los canales de distribución.

El tercer componente, Estudio técnico de la operación, donde el Artesano determine el proceso de producción, cuáles son los pasos que sigue para elaborar el producto, detallar la materia prima que requiere, así como se recalcó en el taller de costos, relacionar cada uno de los materiales que utiliza en el proceso, la herramienta, maquinaria, equipos que requiere para producir.

El cuarto componente, Organización una vez se tiene conocimiento del proceso productivo es posible determinar el número de personas que se requiere en producción y las características y experiencia requerida en el cargo, enumerar las tareas que desarrolla en cada paso de producción y las responsabilidades que adquiere.

Finalmente se habló del Estudio Económico en donde basados en el estudio del mercado y los canales de distribución sea posible establecer una proyección de ventas y determinar el dinero que requiere la Empresa para elaborar la cantidad necesaria, conociendo la maquinaria, equipo, herramienta necesaria para el montaje. También detallar la cantidad de material necesario para la producción, el costo de mano de obra y los costos indirectos en que se incurren para iniciar la producción. Dentro del estudio económico se debe establecer los costos del producto y la cantidad necesaria que debe producir la



Empresa para lograr el punto de equilibrio en donde sea posible cubrir los costos y empezar a recibir utilidad.

Cada uno de los componentes se describieron en su totalidad y en busca de lograr el interés de los artesanos y su participación, se presentó un ejemplo práctico de una Empresa de Pijamas en donde se desarrolló cada uno de los ítems anteriormente descritos.

- ❖ Dinámica (2 horas), una vez el grupo desarrolló la idea de negocio con el producto que estaban diseñando, en la visita al grupo se trató de crear un intercambio de opiniones entre los integrantes para que determinaran hacia qué segmento del mercado lo enfocaban, utilidad del producto, cuál sería el valor que lo hacía diferente de los otros grupos.

- ❖ Se enfatizó en que la presentación sería entregada para que pudieran consultar el proceso de elaboración de plan de negocios y durante la jornada se trabajó con cada grupo para que se hicieran las preguntas que los llevarías a determinar que el producto diseñado les iba a funcionar y sería de gran aceptación, en el momento de presentarlo a los otros grupos.

### 6.3 Taller Servicio al Cliente

#### 6.3.1. Objetivo:

Concientizar al artesano que ofrecer un excelente servicio al cliente es necesario para conocer e identificar las necesidades de los mismos ya que ellos deben ser su prioridad, enseñándoles puntos clave en las estrategias de servicio que satisfagan las necesidades de sus clientes.

#### 6.3.2. Actividades

- ❖ Tiempo (30 minutos): Presentación del tallerista, exposición sobre Servicio al Cliente

Se hizo una presentación con ayuda audiovisual. Esta presentación resalta los puntos más importantes a tener en cuenta para terminar una venta con éxito. Los temas tratados fueron los siguientes:

**Qué es servicio al cliente:** Conjunto de elementos intangibles, acciones, interacciones personales y actitudes que diseñamos para satisfacer las necesidades de los clientes.



**Normas del Buen servicio y Valores en la calidad del servicio:** Se resaltaron los valores y Normas indispensables para brindar un excelente servicio.

**Calidad en el servicio:** Es superar las expectativas del cliente por medio de conocimiento del producto o servicio e información en general . Es tratar el cliente con cordialidad, respeto y empatía.

**Qué busca tener un cliente cuando compra:** Importancia de que el cliente encuentre una persona amable, buen servicio, calidad en lo que paga, variedad de productos y facilidad de acceso.

**Tipos de servicio al cliente:** Excelente, Normal, Malo, Pésimo

**Errores del servicio:** Las personas que atienden clientes en ocasiones los tratan erróneamente con apatía, desaire, robotismo, Inflexibilidad, Frialdad, Evasivas y aires de superioridad, lo que lleva a el fracaso de cualquier venta.

**Servicio telefónico:** Este servicio es tan importante como el personalizado. Por tal motivo se hizo especial énfasis en resaltarlo y proporcionar herramientas necesarias para realizar ventas reales telefónicamente

**Regateo:** Los artesanos frecuentemente se encuentran con el Regateo. Es de vital importancia que tengan claro que pueden hacerlo sin necesidad de perder dinero y sentir que están trabajando para sobrevivir, sino por el contrario que pueden ganar de esto.

**Cierre de una venta:** Es vital que el artesano tenga en cuenta que esta es la parte más importante de la venta. No existe un momento adecuado para cerrar una venta. Las oportunidades pueden presentarse en cualquier momento, se debe estar atento y captar la oportunidad de generar la venta con éxito.

## 7. Contenido de los Talleres

**Horario estimado: 3 horas**

**Taller Servicio al cliente:** Duración 30 minutos.

**Taller Costos y Establecer precio de Venta:** Duración de 30 minutos.



**Taller Plan de Negocios:** Duración 45 minutos.

**Taller Práctico:** 1 hora 15 minutos.

**8.Desarrollo de la Actividad:** Se inició con la exposición de Servicio al cliente, luego el taller de costos, en donde se presentaron más inquietudes por parte de los participante y finalmente con el Plan de Negocios en donde se dio la explicación teórica y se aclararon las inquietudes con la presentación del ejemplo práctico.

Una vez se dieron las exposiciones de los temas, se procedió a organizar a los asistentes en grupos de trabajo, que de acuerdo a una figura geométrica de colores entregada dentro de la escarapela, debían armar los diferentes grupos, encontrando a aquellos compañeros que tuvieran una figura similar a la que se le había entregado.

Al organizarse los grupos de trabajo, con un máximo de 15 integrantes, se les hizo entrega de una bolsa plástica que contenía los siguientes materiales:

- Papel Crepé por pliego de dos colores diferentes
- Dos palos de pincho
- Dos bolas de icopor una grande y una pequeña
- Una madeja pequeña de lana
- Un frasco pequeño de colbón
- Un rollo de cinta pequeño

El equipo de trabajo debía hacer una breve reunión para determinar el producto a elaborar, aprovechando que se habían conformado grupos con manos dedicadas a diseñar y elaborar productos con un gran contenido innovador. Una vez el grupo determinó el producto a elaborar, debieron asignar tareas, en las cuales participaban en la elaboración y otros estaban dedicados a diligenciar el taller con la ayuda de todos los asistentes. La idea era que el trabajo de equipo se viera reflejado en la asignación de tareas y participación activa de todos los integrantes.

Las talleristas estaban atentas a atender cada grupo de trabajo y despejar las dudas que se iban presentando en el camino, con el fin de obtener resultados satisfactorios en el diligenciamiento del taller. Partiendo del diligenciamiento de desarrollo estratégico y análisis de competencia, se hizo énfasis en la determinación de cantidades de material que habían sido utilizados en el proceso de producción, dado que ese es el primer paso que deben seguir los artesanos en

la elaboración de un producto para llegar a establecer si resulta atractivo para el cliente y rentable para él, al llevarlo a comercializar. Se recalcó en determinación del precio de venta de acuerdo al margen de utilidad que deseaba percibir el grupo, y salir a ofrecerlo en la feria. Se hizo énfasis en conocer hasta qué punto era posible bajar el precio de venta, en caso de efectuar descuentos de tal manera que no se incurra en pérdida.

Dentro de la asignación de tareas debieron escoger a los integrantes que ayudaban en la producción, aquellos que diligenciaban el taller, un integrante para participar en la feria como vendedor y se asignaron a dos personas que estarían en el equipo de compra.

Al culminar la actividad, se dramatizó una feria para que exhibieran sus productos y entre todos realizar ventas. El integrante asignado como vendedor debía salir con el producto a un punto del salón donde iría a ofrecerlo y presentar las bondades y utilidad del mismo, también salió la delegación de vendedores a quienes se les hizo entrega de 20 dulces que semejaban el dinero con el cual se realizaría la compra de productos en la feria.

El equipo comprador no se iba con el producto, sino que le daba la oportunidad a otra delegación de adquirirlo, por lo tanto el equipo que recibió el mayor número de dulces fue el ganador de la feria. Se hizo entrega de un premio simbólico al equipo, al ser el producto más apreciado por los participantes.

Así mismo se efectuó una premiación a la delegada como vendedora que hubiera dedicado más esfuerzo en la exhibición y atención a los clientes asignados para efectuar la venta y a solicitud de un grupo se hizo entrega a Don Arturo Benavides por su esfuerzo en la elaboración del producto.

## 9. Logros

El mayor logro durante las jornadas que se llevaron a cabo, fue contar con la participación activa de los asistentes y encontrar al final de la actividad que los artesanos habían disfrutado aplicar los conocimientos adquiridos durante la jornada y la posibilidad de poder interactuar entre ellos logrando lazos que los puedan unir y de ser posible establecer alianzas que redunde en un crecimiento personal y empresarial.

El objetivo del taller era lograr que los artesanos pusieran en práctica los conocimientos adquiridos durante la exposición, determinar si la explicación fue

clara y aportante de ideas que les ayudara al correcto desarrollo del taller, y la posibilidad de ponerlo en práctica en su vida cotidiana.

## **10. Impacto de Talleres**

El impacto puede definirse como “la influencia o efecto dejados en alguien o en algo mediante una serie de actividades propuestas para tratar diferentes temas”; En este caso un taller teórico práctico, que sirvió como un medio de aprendizaje, en el que los artesanos fueron partícipes e interactuaron con otros obteniendo resultados positivos para sus oficios.

El taller contó con varios puntos que permitieran medir el impacto de la aplicación del taller en los participantes.

El Planteamiento estratégico (misión – visión – objetivos), los artesanos tenían claro los conceptos y resultó ser diligenciado por la mayoría de los grupos. Sin embargo se les recalcó la importancia de establecerlos para que le den una orientación a su negocio.

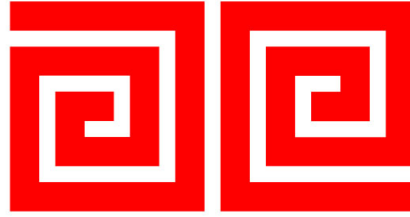
El punto del Análisis del Mercado (entorno empresarial – segmento del mercado – ventaja competitiva – análisis de la competencia), es un tema que se convierte para el artesano en álgido debido a que entre ellos mismos se maneja cierto recelo para que el entorno conozca lo que producen. En ocasiones desconocen por completo los artesanos que trabajan en el mismo oficio o las relaciones son lejanas entre ellos. Se habló de la importancia de establecer alianzas, en ocasiones resultan clientes que requieren un número mayor de productos a la capacidad de producción y es importante contar con aliados que puedan ayudar a sacar adelante el negocio

Las Estrategias de Mercado de artesanía es un punto importante, ya que se evidenció que el artesano no cuenta con estrategias que generen impacto en el consumidor y les ayude a mejorar su volumen de ventas.

El punto que más interesó a los artesanos fue establecer los costos (costos directos e indirectos) y determinar el precio de venta, para ellos es un tema que ha sido visto en diversas capacitaciones, resultó que el hecho de desarrollar ellos mismos el taller y determinar el costo y precio de venta les dió seguridad en el manejo del tema, fue un resultado satisfactorio el hecho de recibir buenos comentarios por parte de los asistentes.

## 11. Conclusiones:

- En el grupo de asistentes se encontraban artesanos con quienes se había trabajado en el plan de negocios y para ellos fue placentero ser líderes en el grupo de trabajo porque ya contaban con el conocimiento de los temas que se estaban desarrollando.
- Es difícil conocer el impacto que tuvo el taller sobre los asistentes, los comentarios recibidos por parte de los asistentes genera un balance positivo. Se recalcó durante la exposición y la actividad la importancia de poner en práctica los temas vistos.
- A pesar de la solicitud de la mayoría de no hacer la jornada tan larga, durante la actividad se mostraron muy entusiasmados e incluso eran ellos quienes pedían permanecer más tiempo para terminarla, resultó gratificante ver el interés que mostraron con la idea de negocio que se planteó para desarrollar el taller.
- Los talleres de servicio al cliente, inciden en el aumento de conciencia frente a la actitud que tienen con las personas que están a su alrededor y en la posibilidad de mejorar su actitud con la atención al cliente que redunde en ventas efectivas.
- El interés de los grupos en general con la capacitación de costos, por participar y hacer preguntas, evidenció su necesidad de conocer sobre el tema, y en el momento de desarrollar el taller un alto porcentaje logró sacar los costos
- El tiempo para desarrollar los talleres fue para algunos muy corto, por lo que en su opinión no les había dado tiempo de terminar todo el escrito; de otra parte el interés en la elaboración del producto les llevó tiempo que le quitaron a el desarrollo del taller.



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

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO  
ARTESANÍAS PARA LA PROSPERIDAD

Proyecto “Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal en la ciudad de Bogotá. Primera fase”

[Presentaciones de contenidos de talleres de capacitación en aspectos comerciales]

Gloria Arguello  
Carolina Quintero



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

2014



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo



# TALLER

# BASES PARA COSTEAR PRODUCTOS

- Gloria Arguello
- Carolina Quintero



# ¿CUANTO CUESTA LA ARTESANIA QUE PRODUCIMOS?



## ANTES DE EMPEZAR A PRODUCIR UNA ARTESANIA ES IMPORTANTE:

1. Hacer una lista de **TODOS** los materiales y herramientas que se van a utilizar.
2. Determinar la cantidad de cada material que se va a utilizar
3. Precio de los Materiales de acuerdo a la cantidad utilizada
4. Cuantificar la Mano de Obra



# COSTO MANO DE OBRA

VALOR QUE DESEA RECIBIR DIARIO = TARIFA RECIBIDA POR HORA  
HORAS TRABAJADAS AL DIA

25.000 DIA / 8 HORAS TRABAJADAS DIA = 3.125 HORA



Se debe sumar la totalidad de tiempo que utiliza en la elaboración del producto, detallando paso a paso el proceso de producción



# COSTO MANO DE OBRA

VALOR MINUTO= VALOR HORA / 60 MINUTOS

VALOR MINUTO = 3125 / 60 = \$52

## Ejemplo:

### PRODUCCION PIJAMA TIEMPO POR UNIDAD:

CORTE Requiere	10 minutos
CIERRE FILETEADORA	10 minutos
CAUCHO Y MARQUILLA	7 minutos
OJAL CINTA	5 minutos
DOBLADILLO	10 minutos
COLOCAR CINTA	3 minutos
REVISION	7 minutos
EMPAQUE	3 minutos



**55 MINUTOS X \$52 = \$ 2.860 POR UNIDAD**

## **COSTOS DIRECTOS**

Costos que se conoce la parte que se ha consumido en la producción. (Materiales, mano de obra de producción)

## **COSTOS INDIRECTOS**

Son aquellos que no se conoce la parte que corresponde a cada producto (Servicios, mano de obra indirecta, repuestos, arriendo, transporte, intereses).

## 1. COSTOS MATERIA PRIMA

MATERIAS PRIMAS	CANTIDAD	COSTOS
TELA	1 Mt	\$ 9.050
HILO	150 Gr	\$ 750
MARQUILLA	1 Uni	\$ 2
CAUCHO	0,8 Mt	\$ 80
CINTA	1,2 Mt	\$ 180
BOLSA	1	\$ 5
<b>Total</b>		<b>\$ 10.067</b>

### Materia Prima:

Material que empleara para transformar un producto elaborado

### COSTOS DIRECTOS =

Materia Prima + Mano Obra directa

$$\$10.067 + \$3.125 + \$3.000 = \mathbf{\$16.192}$$

## 2. COSTOS MANO DE OBRA

RESPONSABLE QUE PARTICIPA EN LA PRODUCCIÓN	CANTIDAD	TIEMPO QUE DEDICA	COSTOS
CORTAR	1	10 Min	\$ 520
FILETEAR	1	10 Min	\$ 520
CAUCHO Y MARQUILLA	1	7 Min	\$ 364
OJAL CINTA	1	5 Min	\$ 260
DOBLADILLO	1	10 Min	\$ 520
COLOCAR CINTA	1	3 Min	\$ 156
REVISIÓN	1	7 Min	\$ 364
EMPAQUE	1	3 Min	\$ 156

COSTO TRABAJO X 8 HORAS	COSTO TRABAJO X 1 HORA
\$ 25.000	\$ 3.125
Venta Mercado libre X UNIDAD	3.000

## 1. COSTOS SERVICIOS PÚBLICOS

SERVICIO PÚBLICO	TOTAL QUE PAGA MENSUALMENTE	GASTO TALLER
ARRIENDO	\$ 500.000	\$ 200.000
AGUA	\$ 70.000	\$ 20.000
GAS	\$ 3.000	\$ 0
LUZ	\$ 70.000	\$ 40.000
TRANSPORTE	\$ 50.000	\$ 50.000
PUBLICACION		\$ 16.000
MANT. MAQUINAS		\$50.000
<b>Total</b>		<b>\$ 376.000</b>

## 2. COSTOS TOTALES

TOTAL COSTOS DE FABRICACIÓN
<b>\$16.192</b>
TOTAL OTROS GASTOS
<b>\$ 5.371,4</b>
<b>COSTO TOTAL</b>
<b>\$21.563,4</b>

**NOTA:** Los gastos indirectos (servicios públicos) se deben dividir por el número total de producción, para sacar el total de Otros Gastos.

**Ej:** Unidades Producidas 70

$$\begin{aligned} & \$ 376.000 / 70 \\ & = \$ 5371,4 \end{aligned}$$



## PRECIO DE VENTA

1. Se fija de acuerdo al mercado
2. Determina el margen de utilidad que desea obtener con la venta del producto

**Ejemplo:** Un producto con COSTO TOTAL= \$100  
Margen de Utilidad esperado 20%





**PRECIO DE VENTA:** A primera vista diríamos  
PRECIO DE VENTA = Costo Total X Margen Esperado

$$\text{PRECIO VENTA} = 100 \times 1,2 = \$120$$

**ERRADO !!!!!**

**EN REALIDAD ES:**

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \frac{\text{COSTO TOTAL}}{1 - \text{MARGEN}}$$

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \frac{100}{1 - 20\%}$$

$$\text{PRECIO DE VENTA} = 100 / 0,8 = \$125$$

**EL MARGEN DE UTILIDAD:** Debe ser acorde para las negociaciones y descuentos en ventas por mayor y regateo.

## Ej. Precio venta errado y real

	MAL	BIEN
COSTO	100	100
% Margen	20%	20%
Precio de Venta	120	125
Descuento 10%	8	12,5
Margen tras dcto 10%	12	12,5
Descuento 20%	24	25
Margen tras dcto 20%	-4	0



# SERVICIO AL CLIENTE

- Gloria Arguello
- Carolina Quintero

# Que es Servicio al Cliente?



Conjunto de elementos intangibles, acciones, interacciones personales y actitudes que diseñamos para satisfacer las necesidades de los clientes.

# Valores de la Calidad del Servicio

- Honestidad
- Responsabilidad
- Orden
- Disponibilidad
- Hablar con datos
- Respeto a la persona
- Actitud de Mejorar
- Hacer las cosas bien desde la primera vez



# Qué es Calidad en el Servicio?

- Es superar las expectativas del cliente por medio de conocimiento del producto o servicio e información en general . Es tratar el cliente con cordialidad, respeto y empatía.



# Normas del Buen Servicio

- Siempre resuelva los malos entendidos
- Sonría con sinceridad
- Demuestre interés por las inquietudes de los clientes
- Mire siempre a los ojos al cliente
- Dé la mano con entusiasmo y alegría
- Escuche con atención a cada persona



# Qué busca tener un cliente cuando compra?

- Encontrar una persona amable
- Buen servicio
- Calidad por lo que está pagando
- Cercanía a los lugares que frecuenta
- Horarios cómodos
- Variedad de productos





# Tipos de Servicio al Cliente

SERVICIO EXCELENTE



Existe una cultura y  
servicio de calidad

SERVICIO NORMAL



El servicio cumple apenas  
con las expectativas del  
cliente

SERVICIO MALO



El servicio **NO** cumple con  
las expectativas del cliente

SERVICIO PÉSIMO



No existe servicio, es  
desastroso

# Errores del Servicio

- Apatía
- Desaire
- Robotismo
- Inflexibilidad
- Frialdad
- Evasivas
- Aire de Superioridad





# Servicio Telefónico

- El servicio telefónico debe ser excelente bajo cualquier circunstancia.
1. Conteste Inmediatamente
  2. Salude: Es importante dar el nombre de quien contesta y de la empresa
  3. Use una voz cálida
  4. Pregunte el nombre de quién está llamando y utilícelo con frecuencia durante la llamada
  5. Corrobore la información que esta solicitando o suministrando
  6. Quién conteste debe conocer los servicios y productos de la empresa
  7. Despidase amablemente y agradezca al colgar el teléfono

# Frases Prohibidas

Frases Prohibidas	Frases Sustitutas
No lo se...	✓ Lo voy a Investigar
No podemos hacer eso	✓ Le ofrezco esta alternativa
Tiene que...	✓ Le sugiero que... Usted necesita es...
Un segundo o un momento...	✓ Podría esperar por favor...
NO al inicio de la frase	✓ Ofrezca una alternativa

# El Regateo

- Es un proceso en el cual un comprador solicita rebajar el precio de un artículo que le ofrece el vendedor.
- Por lo general se efectúa personalmente, ofreciendo un monto menor, a lo cual el artesano (vendedor) puede negarse o proponer un precio intermedio (“rebajar”).



# Cierre de una venta

- Es la parte más importante de la venta.
- No existe un momento adecuado para cerrar una venta.
- Las oportunidades pueden presentarse en cualquier momento, se debe estar atento y captar la oportunidad de generar la venta con éxito.

# PLAN DE NEGOCIO ARTESANAL

## MODULO DE COMERCIALIZACIÓN



- Gloria Arguello
- Carolina Quintero

## Plan de Negocio Artesanal

- Organización de los recursos necesarios para poner en marcha una oportunidad de negocio artesanal identificada, como expresión de la cultura y del poder creativo de un pueblo.
- Brinda herramientas a los artesanos para que se conecten con las políticas y recursos empresariales y puedan aplicar a los proyectos de incubación regionales.
- Guía al artesano para evaluar la viabilidad y sostenibilidad del negocio





# Plan de Negocio Artesanal

- Proyecta a donde quiere llegar en el futuro
- Analiza el mercado que quiere satisfacer
- Se describe la unidad a producir
- Identifica las necesidades para la producción (Mat.Prima, Maquinaria, Equipos, personal)



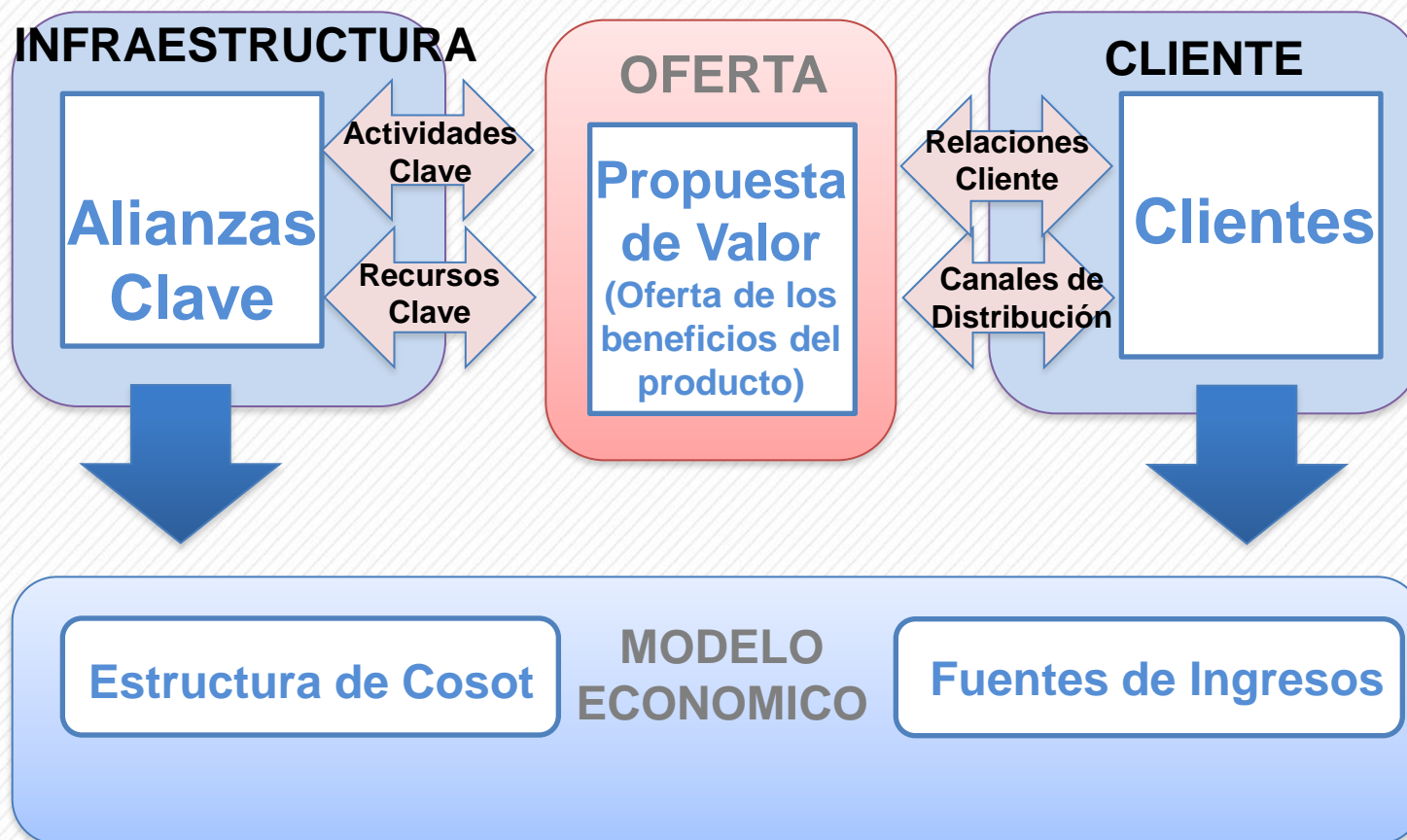
# Características Plan de Negocio

- Alto contenido de mano de obra
- Identidad Cultural: Ser expresión de la cultura y creatividad de su comunidad
- Tener un enfoque de cadena de valor
- Hacer uso responsable y sostenible de los recursos naturales locales o externos
- Tasa de retorno económica, social, cultural y ambiental positiva

## COMPONENTES DEL PLAN DE NEGOCIO



## Modelo de Negocio



# Modelo de Negocio

BLOQUE	CONTENIDO	PREGUNTAS
1. Segmentos de Clientes	Uno o varios segmentos de clientes	¿A quién nos dirigimos?
		¿Qué segmentos consideramos?
		¿cuáles son prioritarios?
2. Propuesta de Valor	Pensar en los beneficios que el producto ofrece al cliente	¿Qué problemas solucionamos?
		¿Qué necesidades satisfacemos?
		¿Qué beneficios aporta?
3. Relación con el cliente	Establecimiento y mantenimiento de relaciones con cada segmento de clientes	¿Qué tipo de relaciones esperan los clientes que se establezcan y se mantengan con ellos?
4. Canales de Distribución y Comunicaciones	<b>Canal Directo:</b> Vender Directamente al cliente sin la ayuda de intermediarios. / <b>Canal Indirecto:</b> Vender el producto a través de intermediarios	¿A través de qué canales / medios se contactará y se entenderá a los clientes?
5. Flujos de Ingreso	Ingresos de dinero de acuerdo a los mecanismos de fijación de ingresos	¿Qué valor están dispuestos a pagar los clientes por dicha solución?
		¿Mediante qué formas de pago?
		¿Qué margen se obtendrá?

BLOQUE	CONTENIDO	PREGUNTAS
6. Actividades Clave	Mediante la realización de una serie de actividades fundamentales	¿Qué soluciones o actividades clave se va a desarrollar en este modelo de negocio?
	Proceso de Producción / Distribución y venta / Fuentes de Ingreso	¿De qué manera se llevará a cabo?
7. Recursos Claves	Son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos descritos en el punto anterior.	¿Qué recursos clave requiere este modelo de negocio?
	<b>Recursos con los que cuento:</b> Propios / prestamos y/o créditos	
8. Socios	Principales Proveedores (Donde se adquiere la Materia Prima)	¿quiénes son nuestros socios y qué actividades desarrollan?
		¿quiénes son nuestros proveedores?
		¿Qué recursos estamos adquiriendo con los proveedores?
9. Estructura de Costos	Los elementos de modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos.	¿Cuál es la estructura de costos de este modelo de negocio?

# Lluvia de Ideas

**Tablero para Organizar la lluvia de Ideas de Negocio**

<b>Alianza</b> (Socios- Proveedores)	<b>Actividades</b> (Proceso de Producción)	<b>IDEAS DE NEGOCIO</b> (Productos o Servicios)	<b>Relaciones con los Clientes</b>	<b>Mercado Meta</b> (Nicho o segmentos de mercado)
<b>Equipo de Trabajo</b> (Conocimiento y Habilidades Requeridas)	<b>Recursos</b> (Equipos, elementos, materia prima y otros recursos)	<b>INVITACIÓN Y/O VALOR DIFERENCIAL</b> (Competencia, entorno y/o cadena de valor)	<b>Canales</b>	
<b>Estructura de Costos</b>			<b>Fuentes de Ingreso</b>	
Lado izquierdo Parte Lógica, Eficiencia			Lado derecho Parte Emotiva, sobre la generación de valor	

# ¡ Gracias !

Persiste, si todo fuera fácil  
cualquiera lo haría...