



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo



**PROYECTO:
FOMENTO A LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA Y ARTESANAL PARA EL MUNICIPIO DE
FUSAGASUGÀ - DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA**

Módulo de Comercialización en el municipio de Fusagasugá

Informe final

Convenio Artesanías de Colombia- Alcaldía Municipal de Fusagasuga

Subgerencia de Desarrollo

Diego Rodriguez Hoyos

Director de Proyectos

Bogotá - Cundinamarca

Diciembre de 2015



CONTENIDO

- RESUMEN

- INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

- 1. Actividades iniciales**
- 2. Actividades módulo de Comercialización**

CREACION Y/O MEJORAMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA CON ENTREGABLES

CONCLUSIONES



RESUMEN

El presente informe, corresponde a las actividades realizadas según contrato de prestación de servicios No: ADC-2015-662 de fecha 14 de Diciembre del 2015 entre Artesanías de Colombia S.A y Sotavento Group S.A.S. con el fin de desarrollar las actividades del modulo de comercialización.

Numero de beneficiarios atendidos: 20

Lugar: Fusagasugá – Cundinamarca

Oficios: Madera, cuero, metalistería, textiles, bisutería, trabajos manuales.

Técnicas: Talla en madera, trabajo con alambre, crochet, tejido dos agujas, , costura, corte y confección.

Principales resultados y conclusiones:

- La mayoría de los beneficiarios siempre tuvieron un gran interes por las iniciativas planteadas por el grupo capacitador de Sotavento Group.
- Despues de toda la intervención de Artesanías de Colombia con los productos y beneficiarios, Sotavento Group tuvo la oportunidad de crear diferentes canales de comercialización puesto que los productos obtenidos despues de todos los desarrollos cuentan con calidad y estan dentro de Iso costos del mercado objetivo.
- Se capacitaron a los beneficiarios y se crearon tres canales de comercialización de los cuales la totalidad de los beneficiarios tienen la oportunidad de participar con sus productos y/o su trabajo.
- A partir de una base de datos se crea la estrategia de vinculación entre diferentes entidades de la región con los artesanos.



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo



- A partir de los productos, su calidad y total interés de los beneficiarios, se creó la estrategia de comercialización basada en la modalidad de e-commerce.
- Se les propone el mejoramiento y/o creación de la imagen corporativa e impresión de un paquete de 1000 tarjetas de presentación por artesano con el fin de prepararlos para la rueda de negocio, e-commerce y ferias artesanales que se realizarán el próximo año.
- Los participantes a las capacitaciones tuvieron la oportunidad de aprender diferentes técnicas de comercialización, entre las cuales está la utilización de PNL para la atención al cliente. Estas técnicas fueron de gran interés puesto que nunca las habían utilizado.



INTRODUCCIÓN

El presente informe da a conocer las actividades realizadas por el grupo de capacitadores profesionales encargados de impulsar los productos artesanales de los artesanos de Tenjo a partir de las actividades programadas en el convenio realizado entre la Alcaldía de Tenjo y Artesanías de Colombia S.A. llamado ***“Fomento de la actividad productiva artesanal en el Municipio de Fusagasugà – Departamento de Cundinamarca”***, cuyo principal objetivo es fortalecer el desarrollo económico y comercial de las vocaciones productivas y artesanales de la comunidad artesanal del Municipio de Fusagasugà, a través de una asesoría y/o capacitación de los artesanos vinculados al convenio con el fin de ampliar las posibilidades de venta de los productos y lograr la comercialización de dichos productos a nivel nacional.

Dentro de las metas estipuladas de este proyecto, se encuentra la comercialización de productos por diferentes medios que se encuentran a la vanguardia y que promueven la comercialización de los productos de forma masiva con el fin de dejar de tener dependencia de los clientes locales de la region y dar a conocer estos productos a nivel nacional por medio de un sistema de comercialización e-commers.

Ubicación Geográfica

Fusagasugà es uno de los 116 municipios del departamento de Cundinamarca, capital de la provincia del Sumapaz, en la región central de Colombia, Según proyecciones de población del DANE, para el 2015 cuenta con 134.819 habitantes. La ciudad está ubicada a 39 kilómetros al Sur-Occidente de Bogotá.

Fusagasugà se encuentra ubicada entre los 4º 20' latitud norte y los 74º 21' 00" longitud oeste, la ciudad ocupa una verde meseta enmarcada por los ríos Cuja y Chocho y los cerros Quininí y Fusacatán que conforman el valle de los sutagaos. Dista 64 kilómetros (39,76 millas), hacia el SurOeste, de la capital del país, Bogotá. Limita con los municipios:

- **Norte:** con los municipios de Silvania y Sibaté;
- **Sur:** con los municipios de Arbeláez, Pandi e Icononzo;
- **Oriente:** con los municipios de Pasca y Sibaté;
- **Occidente:** con los municipios de Tibacuy y Silvania.

La Provincia del Sumapaz, con una población cercana a los 270.000 habitantes, está conformada por 10 municipios: Silvania, Tibacuy, Pasca, Arbelaéz, Pandi, San Bernardo, Venecia, Cabrera, Granada y Fusagasugá. Provincia creada por Decreto Nacional 489 de 7 de noviembre de 1895, a su vez, ratificada por Ley 162 de 1896.

El municipio de Fusagasugá se divide en la parte urbana en 6 comunas y en lo rural en 5 corregimientos:

- **Comunas** urbanas: Norte, Centro, Oriental, Sur Oriental, Occidental y Sur Occidental;
- **Corregimientos** rurales: Norte, Oriental, Occidental, Sur Occidental y Sur Oriental



Municipio de Fusagasugá- Departamento de Cundinamarca.



ANTECEDENTES DEL PROYECTO

A partir del convenio realizado entre la Alcaldía de Fusagasugá y Artesanías de Colombia S.A. llamado ***“Fomento de la actividad productiva artesanal en el Municipio de Fusagasugá – Departamento de Cundinamarca, los beneficiarios recibieron el apoyo técnico en diseño y mejoramiento en la producción textil y demás oficios, para obtener una mejor calidad en sus productos y marcas, por parte de Artesanías de Colombia.***

Las líneas de productos fueron desarrolladas por veintitrés (23) beneficiarios, realizando todo el proceso de asesoría desde definir la matriz de diseño, bocetaje, construcción de modelos y prototipos, ajustes a los productos, plan de producción, verificación de los productos, costeo y acompañamiento en la Feria de Expoartesanías y simultáneamente en la Feria Regional de Sopo-Cundinamarca.

1. ACTIVIDADES INICIALES

Para dar inicio a las actividades programadas en el Municipio de Tenjo con los artesanos interesados en lograr ampliar la comercialización de sus productos y llegar a obtener mejores resultados, se realizaron las siguientes actividades:

1.1. Programación de las capacitaciones y contratación del personal idóneo.

Sotavento Group programó las capacitaciones según las experiencias obtenidas anteriormente y según las necesidades de los artesanos. Para estas capacitaciones se contrataron personas expertas en comercialización y producto que lograran la creación de nuevos canales de comercialización.

1.2. Consecución de bases de datos y planeación de rueda de negocios

A partir de la base de datos de clientes potenciales de la región como lo son Hoteles y restaurantes, se crea la metodología y estrategia para realizar una rueda de negocios por parte de los artesanos.



1.3. Socialización de la propuesta de creación de un canal e-commers para Tenjo

Se les informa preliminarmente de la estrategia de comercialización para su análisis y posterior aprobación.

1.4. Elaboración de un plan de trabajo

Se elaboro un plan de trabajo con los capacitadores con el fin de obtener beneficios reales con los sistemas de comercialización propuestos.

1.5. Reunión y visita a Expoartesanias 2015

Se realizo una reunión con personal de Artesanias de Colombia y artesanos en la feria con el fin de socializar los temas, propuestas y estrategias diseñadas por el grupo capacitador de Sotavento para obtener una aprobación previa. Tambien se obtuvo a partir de la visita información y experiencias por parte de los artesanos y equipo de Artesanias de Colombia y así lograr enlazar los objetivos y experiencias para un mejor desarrollo de nuestras iniciativas.

1.6. Desarrollo de cronograma de actividades

A partir de la investigación en las necesidades, conceptos y metodologías aplicadas anteriormente a los artesanos, se desarrollo el cronograma de actividades a partir de las necesidades y principales logros que se deseaban obtener con este proyecto.



2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS COMPONENTE DE COMERCIALIZACIÓN

2.1. Socialización del Proyecto

Se dio a conocer a los artesanos convocados por la Alcaldía de Fusagasugá, los objetivos y componentes del proyecto: *Fomento de la Actividad Productiva y Artesanal para el Municipio de Fusagasugá-Departamento de Cundinamarca*. Los artesanos vinculados a este proyecto, fueron ingresados al sistema de información estadística de artesanos desde el año 2014, con el fin de poderlos atender en este proyecto cofinanciado por la Alcaldía y Artesanías de Colombia S.A.

Para llevar a cabo esta actividad, se diseñó una presentación del proyecto en Power Point dando a conocer los diferentes sistemas de comercialización, estrategias y metodologías que se encuentran a la vanguardia y que han obtenido éxito a nivel mundial. Se les creó la necesidad de abrir sus canales de ventas y dirigir sus productos y/o creaciones con un perfil específico que tenga gran potencial de venta con un alto margen de utilidad.

Adicional a esto tuvieron la oportunidad de exponer sus experiencias, sus fortalezas y debilidades con el fin de lograr que en el futuro los puntos débiles se vuelvan fortalezas y/o se superen y no sean un impedimento para las ventas.

2.2 Evaluación de posibilidades de comercialización por E-Commers

A partir de la capacitación de los diferentes canales de comercialización, se evaluó a cada artesano sobre la posibilidad y capacidad de vender sus productos bajo el sistema de e-commerce. Para ellos se les informaron las bases principales que deben tener en cuenta dichas ventas y las características que deben tener los productos para lograr los objetivos.

Para esta evaluación se tuvo en cuenta:

- Producto
- Precio



- Capacidad de producción
- Compromiso
- Interes
- Disponibilidad
- Conocimientos

2.3 Socialización bases de datos e iniciativa para el desarrollo de la rueda de negocios

A partir de la base de datos obtenida por Sotavento Group de restaurantes y hoteles de la región, se socializo con ellos dicha base de datos con el fin de ampliar sus canales de comercialización de sus productos e impulsar las estrategias de ventas y creación de un sentido de pertenencia por parte de todos los actores socio-economicos de la región.

Con base a esta iniciativa y previa aprobación por parte de los artesanos, se les enseño y/o capacito sobre como realizar una rueda de negocios, incluyendo convocatoria, exposición de los productos, atención al cliente y creación de productos personalizados para clientes potenciales.

2.4 Estrategias de comercialización y PNL

Se realizaron diferentes capacitaciones con el fin de que los artesanos estuvieran mas preparados en el momento de atender clientes potenciales. Los temas fueron los siguientes:

- Estrategias de comercialización.
- Sistematización en las ventas.
- Diagnostico previo antes de la venta y/o participación en una feria o evento.
- Identificación de un cliente potencial.
- Normas basicas de atención al cliente.
- Lenguaje Neurolinguistico.

Total beneficiarios asistentes en las capacitaciones: 20



CREACION Y/O MEJORAMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA CON ENTREGABLES

Con base a todas las iniciativas, capacitaciones y con la creación de dos sistemas de comercialización nuevos para los artesanos, se concluyo que para lograr los objetivos en estos dos sistemas es necesario fortalecer la imagen corporativa de cada uno de los artesanos y/o empresas, puesto que se le va a llegar de forma masiva a los clientes, teniendo como base las actividades realizadas por la Diseñadora Gráfica de Artesanías de Colombia.

Con el antecedente de que Artesanías de Colombia avanzo en este tema, Sotavento Group junto con los artesanos decidieron profundizar en este proceso y mejorar aun mas sus imágenes corporativos (o personales) e imprimir 1000 tarjetas de presentación y afiches para cada artesano

El objetivo de esta iniciativa es darle al artesano material corporativo para poder participar en la rueda de negocios y tener su imagen corporativo para la implementación de los canales de e-commers.

Para esto los artesanos se comprometen a entregar un sobre con toda la información completa de sus desarrollos, publicidad y productos.

Fecha de entrega material: 10 Enero – 2015.

- **2.5 FERIA LOCAL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA**

Se realiza la logística para llevar a cabo la feria del Municipio con el fin de promover a nivel local los productos desarrollados durante el proyecto.

Llevada cabo del 21 al 23 de diciembre

El montaje se realizó el 21 de diciembre, y se inauguró el 22 de diciembre

Participan 17 artesanos, quienes estuvieron en el proceso del proyecto, a saber:



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo



Juanita Garzón, Francia González, Nydia Pineda, Ana Elvia Romero, María del Transito Cárdenas, Rosana Rodríguez, Myriam Vásquez, María Aparicio, Herlinda Escobar, Teresa Barbosa, Lucía Barbosa, Mariela Romero, Elizabeth Tautiva, Juan Pablo Ramírez, Gina Gómez, Stell Diaz y Cenaidade Díaz.



Montaje Feria Local. Lugar Plazoleta frente al Éxito- Fusagasugá. 21/12/2015. Fotografía Karina Garzón. Artesanías de Colombia.



Feria Local. Publicidad con vallas- Fusagasugá. 21/12/2015. Fotografía Karina Garzón. Artesanías de Colombia.



Feria Local. Stands de los artesanos - Fusagasugá. 22/12/2015. Fotografía Karina Garzón. Artesanías de Colombia.



*Feria Local. Stands de los artesanos - Fusagasugá. 22/12/2015. Fotografía Karina Garzón.
Artesanías de Colombia.*



Feria Local. Stands de los artesanos - Fusagasugá. 22/12/2015. Fotografía Karina Garzón. Artesanías de Colombia.



CONCLUSIONES

- Se obtiene una participación importante y activa por parte de los beneficiarios, lo cual indica que este tipo de proyectos si son necesarios para el afianzamiento y evolución de las técnicas artesanales de la región para mantener la cultura artística con un perfil profesional.
- Los productos ofrecidos por los artesanos de Tenjo tiene potencial de comercialización a nivel nacional e internacional si se mantienen este tipo de procesos.
- Es importante seguir con el acompañamiento de la comercialización de los productos puesto que a pesar de que los artesanos fueron capacitados y conocieron otras estrategias de ventas, es muy difícil que mantengan estos procesos por ellos mismo y de esto depende el éxito real de estos proyecto, ya que si se logran las ventas los artesanos seguiran queriendo mejorar dia a dia hasta conseguir el éxito.
- Por la falta de tiempo y la epoca no se logro acompañar y asistir a los artesanos en la rueda de negocios y tampoco en las ferias artesanales, por lo cual decidimos colaborar con la entrega de las tarjetas de presentación y afiches y el mejoramiento de la imagen corporativa.