

Programa Nacional de Conformacion de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal

Cadena Productiva de la Caña Flecha Departamentos de Córdoba y Sucre

Capacitacion en Tendencias de Diseño y del Mercado
Talleres Participativos de Tendencias y Benchmarking
Capacitación Especializada en Aspectos de Comercialización



Introducción

A través de los años, los grupos artesanales han visto como el producto artesanal en caña flecha a ido aumentando su demanda dentro del mercado, este proceso ha generado que no sólo es importante desarrollar procesos de diversificación del producto artesanal, sino que paralelamente hay que generar estrategias que no solo permitan la permanencia en el mercado el oficio sino los talleres artesanales: el agremiarse, organizar se al interior y asumir un rol, son temas determinantes para garantizar la permanencia dentro del mercado.

El documento caracteriza Talleres participativos de Tendencias y Benchmarking GE 03- Capacitación Especializada en aspectos de Comercialización y Mercadeo GE01 y Capacitación en Tendencias de Diseño y del Mercado FI02

Estos talleres le permite a los grupos generar procesos de planeación y ejecución de procesos productivos con miras a diferentes eventos comerciales, pues a partir de ellos logran reconocer otros sistemas de vida completamente diferentes al propio y entender comportamientos de los procesos de negociación y mercado diferentes a los que localmente conocen. Razón por la cual estos talleres se realizaron previamente a la participación de los grupos en los diferentes eventos comerciales, tendiendo como punto de referencia Expoartesanas.

Capacitación de Técnicas de Negociación en el Mercado - FI 02-



Como parte de los procesos de comercialización, Artesanías de Colombia, ha diseñado una metodología para que los grupos artesanales se enfrenten a la comercialización directa de sus productos.

Estos talleres le permiten al artesano prepararse para la promoción y participación de las empresas artesanales en eventos comerciales, especializados, promoviendo el manejo adecuado de la empresa suministrando las herramientas de gestión productiva y de comercialización requeridas para el funcionamiento eficiente y rentable de los talleres artesanales.

Estos talleres se realizaron con grupos que están consolidando su actividad artesanal y comercial, han participado en diferentes eventos especializados pero con resultados que esperan superar cada vez más. Las proyecciones cambian constantemente, por lo que estos talleres se han convertido en una base fundamental para planear posibles negociaciones, participar en eventos comerciales o atender demandas de productos. Estas demandas están sujetas a diversos factores:

- Temporada o lugar del evento: Esto permite establecer el tipo de producto mayor rotación y la tendencia en la cual se mueve el producto artesanal.
- Tipo de evento: Comercial, cultural, ferial, show room, etc.
- El evento, el sitio donde se realizará.
- Mercado objetivo, este factor es determinante, conjuga los factores anteriores y permite estructurar al posible comprador de los productos.

Metodología:

Estos talleres se trabajaron de manera conjunta con la Asesoría en Diseño, pues todos los contenidos hacen parte del engranaje del proceso de comercialización del producto artesanal.

Contenidos:

Identificación del evento en el cual se participará:

Como identificar o establecer si son ferias o eventos especializados, en donde hay que detectar los lineamientos, los objetivos, la organización, la distribución, los reglamentos, procesos de selección, etc.



Identificación del mercado objetivo: Se refiere al comprador, calidad y cualidades que participaran o asistirán. Esto para hacer una planeación de la producción para un evento específico y así llevar los productos adecuados y la cantidad suficiente: número de referencias, totalidad de piezas, capacidad productiva

Exhibición: Este es uno de los temas que mas desconocen los grupos y uno de los que mas fallan en la participación de un evento determinado. En torno a este tema se hicieron sugerencias muy puntuales y sencillas que le permite a los artesanos no llegar con productos de muy buena calidad pero con mala exhibición lo que puede causar un grave daño en las ventas.

Para este caso se hizo el planteamiento de elaborar unas estructuras básicas y de fácil transporte para exhibir tapetes y sombreros.

En cuanto a cojines y bolsos, deben estar rellenos, preferiblemente con papel manifold, el cual da volumen y genera una buena idea de cómo es la apariencia final del producto con el relleno adecuado o en uso final.

Catálogo, listas de precios, capacidad de producción: Temas que hay que tener cubiertos en un mercado globalizado, los artesanos no tienen en cuenta estos y otros detalles en eventos locales, pero cuando la intención es abordar mercados mas amplios

se debe tener muy presente estos tres aspectos para no tener descabros en cualquier tipo de negociación. También hay que tener en cuenta que muchos de estos eventos son de promoción y divulgación.

Información general y de vital importancia para la seguridad de un expositor en cualquier evento comercial: transportes, servicios, hospedaje, remisión de mercancías, sistemas de venta. Hay que tener en cuenta todos los detalles, particularmente, cuando el evento es en otro lugar diferente al de origen.

Distribución de la Estructura Interna de la Organización

Este taller se desarrolló con la Asociación de Artesanas de San Antonio del Palmito, grupo que recién se está consolidando y legalizando como organización, razón por la cual se encuentra en un proceso de conocimiento y adecuación de su estructura empresarial. Este taller arrojó la importancia del trabajo en equipo.

Metodología

El desarrollo del taller se realizó haciendo una identificación del evento ferial o comercial en el que se participará o se desea llegar para determinar:

Aspectos de Producción

- Línea producto a comercializar, cada evento responde a un mercado objetivo específico y el cual se debe identificar para estar listos atender.
- Planeación, organización y ejecución de la producción, incluye, distribuir tareas, adquisición y preparación de materias primas, procesos de trenzado y costura que se deben organizar con tiempos límites y determinantes producción.
- Volumen de Producción: que debe corresponder a aspectos como cantidad que se llevará al evento, que se mantendrá en reserva para atención y despacho de pedidos.
- Control de Calidad y Apariencia del producto, tema que se trató desde el punto de vista de diseño en donde el producto artesanal se debe enfrentar a sus homologos en el mercado y que debe competir con diferenciación y calidad.

La actividad se concentró en: adecuar y mejorar el producto artesanal existente y de constante comercialización del grupo, en donde se tuvo en cuenta: Combinación de trenzas y colores, uso y aplicación de accesorios y herrajes adecuados. – Tipos y calidades de trenza. – Calidad de la costura y construcción de la pieza.

Aspectos de Gestión y Comercialización

Gestión. Esta es una labor que se hace tanto al interior del grupo como hacia el exterior, este aspecto como los otros es de mucha importancia para la estabilidad del grupo como empresa artesanal. En este aspecto se tiene en cuenta la comunicación con los diferentes componentes de producción y comercialización como con entidades de apoyo como con los diferentes clientes.

Catálogo: Algunos de estos grupos no están en la capacidad económica de elaborar un catalogo comercial el cual deben renovar anualmente, para esto se realizó un taller básico de cómo tomar fotografías de producto con herramientas y elementos básicos que no requieren de una infraestructura compleja ni de altos costos, pero que les permite realizar un registro de los nuevos desarrollos.

Para la ejecución y aplicación de estos aspectos al interior del grupo se organizaron comités que se encargan de liderar cada paso para evitar que los procesos se detengan u obstaculicen. El ejercicio se dirigió hacia la participación en tres eventos comerciales: Expoartesanas 2004, Manófacto 2004, un evento local en el Departamento de Sucre, y a la atención de pedidos y clientes en el taller; en donde se hizo la siguiente planeación:

- Evento Comercial, Tipo (local, nacional)

Fecha del Evento:

Fechas de montaje y desmontaje:

Contactos y Seguimiento:

Fecha Limite de Inscripción y Selección

Fechas limites de pago

Encargado:

- Producción

Planeación de la Producción: línea de producto, cantidades, etc.

Adquisición o compra, acopio y almacenamiento de materias primas

Preparación y transformación: Tintura – Trenzado

Costura

Control de Calidad
Encargado:

- **Comercialización**

Costos
Listas de Precios
Catalogo
Empaque
Embalaje y Transporte de mercancías
Ventas y Pedidos
Personas asignadas
Exhibición y montaje
Encargado:

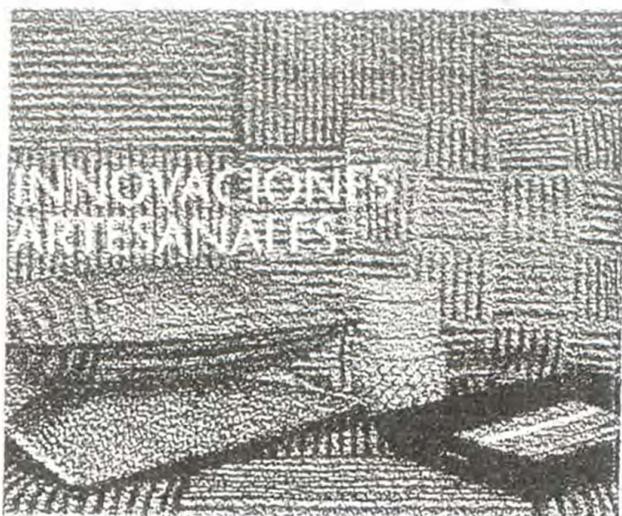
Taller de Tendencias De Producto y Benchmarking - GE 03-

Estos talleres se trabajaron en torno al análisis de casos exitosos en el desarrollo de productos y procesos de mercadeo y comercialización de grupos u oficios artesanales que de alguna manera han adelantado proceso parecidos al oficio artesanal en Caña Flecha, para de esta manera realizar una contextualización del oficio y de la realidad directa de los grupos

Estos talleres se llevaron a cabo con los diferentes actores que hacen parte de la minicadena productiva de la Caña Flecha

- Con las artesanas de la Vereda el Delirio, para sensibilizarlas de la importancia de ver las diferentes posibilidades de su subproducto artesanal la trenza y aterrizar el sentido del desarrollo del taller de tintes Naturales.
- Otro taller se llevó a cabo con los artesanos participantes en Expo Córdoba 2003.
- Además estos talleres se realizaron con cada uno de los grupos o comunidades con las que se desarrollaron las diferentes actividades de diseño.

I. Tendencias:



El saber y conocer sobre el diseño y la forma de transformar el objeto artesanal le permite al artesano convertirse en un observador de su cotidianidad y de todos los componentes que hacen parte de la vida diaria de un posible consumidor, para esto Artesanías de Colombia ha diseñado una metodología de Talleres de Tendencias los cuales se adecuan a cada oficio artesanal, para brindarle al artesano, las herramientas que lo conviertan en un investigador de los parámetros que el mercado exige.

Contenidos Desarrollados

Porque las Tendencias: Generar nuevas opciones de consumo, nuevos productos, en búsqueda de un sentido global de los negocios, dando la orientación, las pautas de los productos mas indicados de acuerdo al momento.

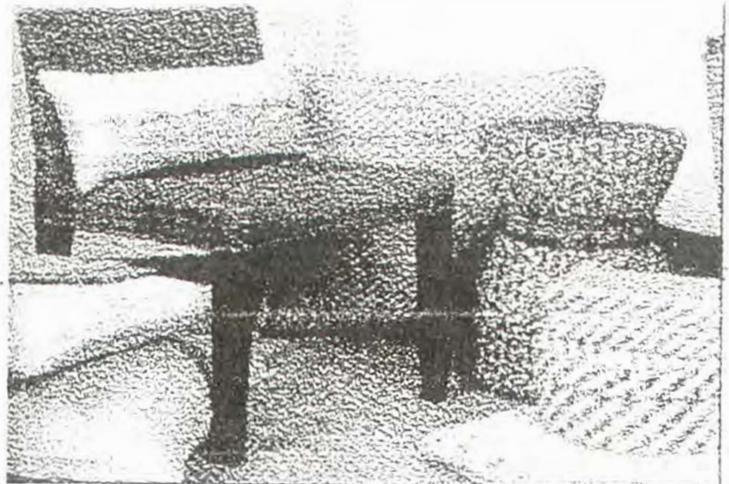
Tipos de Tendencias

- Mercado: Son las preferencias, deseos o necesidades que surgen en el mercado de acuerdo a diferentes circunstancias, como temas politicos o sociales
- Color: El cual varia principalmente por temporada o estaciones, ayuda a seleccionar, a combinar y adecuar los colores.
- Diseño: Interpretación moderna y actual de las formas, texturas, materiales. La naturaleza es la mejor diseñadora, hay que abstraer de ella y traducirlo en formas, texturas o materiales.

Como Aplicar las Tendencias en la Actividad Artesanal:

Las tendencias del diseño permiten redescubrir y renovar lo antiguo y lo pasado y transponer los movimientos, hay que investigar en historia de cada grupo humano y traducirla en la modernidad

Los contenidos desarrollados fueron diseñados de acuerdo al producto artesanal en Caña Flecha, en donde se tuvo en cuenta sus similares en otros materiales y que están dentro de la oferta del mercado nacional e internacional



Imágenes de productos con materiales equivalentes

Estos talleres le permite a los grupos generar procesos de planeación y ejecución de procesos productivos con miras a diferentes eventos comerciales, pues a partir de ellos logran reconocer otros sistemas de vida completamente diferentes al propio, partiendo de preguntas claves como:

Que?:	Que hacer, que productos, que trenzas.
Para que?	El uso, aplicación o función
Para quien?	El usuario final, el mercado objetivo.
Donde?, Como?	Los recursos, materia prima, materiales, taller.

Con estas herramientas el artesano mantiene vigente la identidad de origen pero también la universalidad de uso, los productos que se deben desarrollar deben tener una constante en el tiempo aunque deben asumir la influencia de las Tendencias.

Se fundamentan en:

- ✓ Representan preferencias e inclinaciones de un cliente o segmento de mercado determinado
- ✓ Movimientos, ideologías, credos, corrientes; en formas de ver la vida.
- ✓ Reflejan necesidades, deseos y hasta rechazos de un grupo identificable de consumidores.

- ✓ Para que se usan?
 - Para el desarrollo de productos nuevos y a la vanguardia
 - Para crear nuevos mercados, definiendo temporadas de compra y dando nuevas opciones para el consumidor.
 - Para permitir conocer la obsolescencia de un producto mediante el análisis de su ciclo, el cual está directamente relacionado con la demanda.

2. Benchmarking:

- ✓ Análisis profundo de la competencia; se hace para ver cómo estamos frente a nuestros competidores, que permite hacer la evaluación del producto, y los procesos de trabajo de las organizaciones con el fin de realizar las mejoras correspondientes.
- ✓ Ejercicio práctico para comparar el producto propio con sus similares: productos parecidos por materiales, forma, diseño o concepto que se pueden convertir en productos sustitutos.



Aspectos analizados, los cuales se detallaran mas adelante

- ✓ Precio
- ✓ Calidad: terminados y acabados
- ✓ Diseño
- ✓ Innovación
- ✓ Exhibición

Aspectos a Tener en Cuenta

- ✓ Estar orientados al segmento objetivo definido, este componente es claro pues permitirá definir todo el proceso desde la concepción del producto y la organización de la producción
- ✓ Diseño y comercialización de nuestros productos se debe hacer a partir de la demanda y no de la oferta.
- ✓ Exaltar que el producto es artesanal.
 - Esta connotación, bien fundamentada y documentada sigue siendo un valor agregado importante, eleva el estatus del producto y el valor percibido.

- Material e información sobre origen de los productos, materias primas, regiones donde se trabaja y población, procesos de producción, técnicas artesanales, etc

Capacitación Especializada en Aspectos de Comercialización y Mercadeo - GE 01- .

Costos y mercadeo, es un factor importante para la permanencia de la labor artesanal. Esto contempla todos los componentes del proceso y del producto que incurren en uno u otro costo, para así determinar cual va a ser su precio y a que tipo de consumidor va a llegar. Para esto también es importante la labor de mercadeo, las personas encargadas de este proceso deben tener un seguimiento muy cercano del estado tanto del grupo artesanal, como del producto final y del usuario final.

- De que Hacemos Parte?

De una Cadena de comercialización

Artesano (Proveedor)

Exportador (Artesanías de Colombia)

Importador (Mayorista, Distribuidor)

Detallista (Tienda o Almacén)

CLIENTE

TODOS SOMOS CLIENTES dentro de esta cadena, y aunque en un eslabón de esta el artesano entrega su proceso es necesario que conozca cuales son los procesos que continúan para evitar una ruptura en los procesos. Es un mecanismo que funciona de manera similar al proceso productivo.

- Bases de Negociación en el Mercado

1 Aspectos de Comercialización y Mercadeo

2

¿Qué es el MERCADO? Conjunto de compradores de un determinado producto.

¿Qué es NEGOCIACIÓN?

- ✓ Diálogo entre dos partes para llegar a un acuerdo de comercio con mercancías.

Base de cualquier negociación es la CONFIANZA

Negociación con Proveedores:

- ✓ Con buenos precios – Descuentos por volumen de compra
 - ✓ Asociarse para comprar en volumen y tener más poder de negociación
- ✓ Calidad en el producto

- ✓ Cumplimiento en las entregas
- ✓ Formas de pago

Negociación con Clientes: (Artesanías de Colombia)

- ✓ Cumplimiento:
 - ✓ Cantidades
 - ✓ Fechas de entrega
 - ✓ Colores, especificaciones, dimensiones
 - ✓ Calidad
 - ✓ Precios
 - ✓ Documentos requeridos
- ✓ Descuentos por volumen de compra
- ✓ Formas de pago

1. ¿Qué es COMERCIALIZACIÓN?

- ✓ Conjunto de actividades realizadas con el fin de facilitar una venta.

2. ¿Qué es MERCADEO?

- ✓ Conjunto de actividades realizadas con el fin de aumentar las ventas y el valor percibido de un producto y generar recordación.

3. ¿Qué es COMPETITIVIDAD?

- ✓ Conjunto de capacidades para poder competir; permiten que el producto permanezca y se posicione en un mercado.

✓ Comercialización Nacional

- Ferias, Puntos de Venta (Almacenes), Institucionales o Empresariales, Almacenes de Cadena

✓ Comercialización Internacional

- Franquicia en la Florida, Clientes independientes en Estados Unidos y Europa, Almacenes de Cadena

✓ Aspectos más importantes para la Comercialización

- Precios Competitivos
- Calidad óptima
- Cumplimiento
 - En entregas y especificaciones
- Competencia

✓ Aspectos más importantes para el Mercadeo

- Producto diferenciado (Diseño)

- Segmento Objetivo
- Montaje o exhibición
- Empaque de los productos
- Atención de los vendedores
- Información sobre el producto: *resaltar origen y técnicas como estrategia de divulgación sobre nuestras tradiciones y cultura.*

INCOTERMS: Términos Internacionales de Comercio. Estos términos muy probablemente no hacen parte de la cotidianidad de los artesanos pero es importante que conozcan de su existencia, que implican dentro de los procesos de comercialización y como deben redundar en producción artesanal.

✓ **EX-WORKS**

- ✓ Para A de C es el costo al que se compran los productos; para Ustedes es el precio al que le venden a A de C.
- ✓ Este precio ya incluye la ganancia del proveedor, todos los costos (directos e indirectos) incurridos en la producción y el transporte a la bodega de la Empresa.

✓ **FOB:**

- ✓ Es el precio al cual cotiza y vende A de C para exportación.
- ✓ Costo del Producto + Costo del Transporte al puerto de embarque - Costo de Documentos de Exportación + Margen de la Empresa.

✓ **CIF:**

- ✓ Es el precio del producto puesto en el destino final al que se exporto
- ✓ Precio FOB + Seguros + Flete (Al puerto destino + Ciudad final)