



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



“PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL  
PARA PUEBLOS INDÍGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS, AFROCOLOMBIANAS,  
RAIZALES Y PALENQUERAS- NARP EN COLOMBIA”  
Convenio Interadministrativo No. 285 de 2018 Suscrito entre la Nación – Ministerio de  
Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A

**Asesoría Comercial**  
**Comunidad Matora de Maito -**  
**Chaparral**

**Presentado por:**

Carlos Andrés Giraldo Herreño

Asesor Comercial



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## INTRODUCCIÓN

El entorno cultural, social y económico de las comunidades indígenas en Colombia, se encuentran aun rezagadas y un poco olvidadas. Derivadas de factores como el conflicto armado, la inseguridad alimentaria, los cultivos ilícitos entre otros factores, así como la misma globalización. Que en parte también han ocasionado la pérdida de su identidad cultural de las comunidades.

Es por esto, que programas como el convenio interadministrativo entre el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Artesanías de Colombia para el fortalecimiento productivo de las comunidades indígenas surgen como un medio de apoyo e impulso para estas comunidades que les permite recuperar esa identidad cultural que se ha venido perdiendo, así como obtener un impulso y apoyo para el desarrollo económico de la comunidad a través de la actividad artesanal y agro

En el marco de este programa se realiza el presente informe el cual está orientado a las actividades realizadas en cada una de las comunidades pertenecientes a la regional de Neiva ubicadas en los departamentos del Tolima como lo son Matora de Maito en el municipio de Chaparral y Nasa Las Mercedes en el municipio de Rio Blanco y en el departamento del Caquetá la comunidad Inga en el municipio de San José de Fraga, la comunidad Koreguaje en el pueblo de San Antonio de Jetucha en el municipio de Milán y la comunidad Ismuina en el departamento de Solano



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## **OBJETIVO GENERAL**

Capacitar y acompañar a cada una de las comunidades asignadas en todo el proceso comercial

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Capacitar a cada una de las comunidades en todo el componente de formalización empresarial en temáticas como registro contable, inventarios, fondo comunitario, formalización y organización empresarial
- Capacitar a cada una de las comunidades en todo el componente de comercialización y mercadeo en temáticas como costeo de producto, control y gestión de materias primas, seguimiento a ventas y clientes, internacionalización, vitrina comercial y redes sociales, técnicas de ventas entre otros
- Acompañar a cada una de las comunidades en su participación en las ferias para el cierre y seguimiento de negocios y clientes potenciales
- Acompañar y asesorar a las comunidades que tomen la decisión o lleven el proceso de formalización y organización empresarial

## DESARROLLO DE ACTIVIDADES:

### Formalización Empresarial



La comunidad Matora de Maito, es una comunidad perteneciente al pueblo Pijao, caracterizado por la pujanza de su gente y en términos artesanales, por el tipo de producto que elaboran. Se encuentra en su segundo año en el proyecto de fortalecimiento productivo de comunidades indígenas de Artesanías de Colombia

Con base a esto, se realiza un diagnóstico preliminar en aspectos importantes como el manejo de inventarios, la voluntad de formalizarse y los procesos que se vengán adelantando en torno a la formalización del grupo, el manejo de algún tipo de registro contable y algún tipo de ahorro o fondo que se haya creado para cubrir las diferentes necesidades en cuanto a logística se refiere

En primera instancia es importante destacar que si bien manejan variedad de productos en “fique” como mochilas, monederos, sandalias, playeras y bolsos de mano entre otros. Dichos productos primeramente no son contabilizados y no tienen un orden ni manera de control, tienen un centro de acopio donde se almacenan, situado el local comercial de la líder artesana. Los artesanos se centran en producir netamente, pero no se maneja un protocolo o un proceso definido para registrar y administrar el stock de productos terminados



Las acciones en torno a los procesos de formalización y establecimiento de un fondo común para el ahorro de los artesanos aun son complejas en la comunidad. Desde el inicio de la vigencia 2018 del



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



programa, la comunidad se muestra indiferente a estos puntos. Los diferentes problemas internos, la falta de capital y los conflictos de intereses han impedido la implementación de un fondo de ahorro y el inicio del proceso de formalización del grupo



En este orden el ultimo aspecto analizado dentro del componente de formalización empresarial, fue el manejo de un libro contable o algún tipo de recurso para el control de las finanzas del grupo, a lo cual se evidencio que no se maneja tal registro. Todo se hace de manera mecánica y sin ningún tipo de herramienta para manejar, administrar y registrar los movimientos contables del grupo. Si bien ya está definido el rol de “tesorero” y se vienen guardando

las facturas, no hay un esquema de control para los movimientos de estos recursos

Con base a las falencias anteriormente descritas se inician una serie de acciones a través de las diferentes asesorías, con la finalidad de fortalecer al grupo en estos aspectos. Para el tema de los inventarios se empezó a aplicar el formato de inventarios de AdC, el cual se ha venido empleando para registrar e identificar el stock de productos que se ha llevado a los diferentes eventos comerciales a los cuales han asistido (Neiva, Bucaramanga y próximamente Bogotá)



De la misma manera se ha venido implementado un libro contable (tres columnas) por parte de la tesorera que con el soporte de las facturas ha permitido mejorar el manejo de los recursos y los diferentes movimientos financieros que se han realizado. Tales como compra de materia prima, retiros de cajeros electrónicos, transportes entre otros.



Como también se mencionó inicialmente. Se presto asesoría en torno a la formalización y constitución del grupo y la creación de un fondo de ahorro. Pero en primera instancia, el grupo se mostró recio al tema de formalizarse y a través de acta dejaron constar por el momento no se encuentran dispuestos, ni en condiciones económicas para formalizarse, y respecto a la creación del fondo, debido a las numerosas diferencias internas del grupo, prefieren realizar una reunión con el comité, las directivas y los artesanos para llegar un acuerdo y aperturar un fondo donde todos estén de acuerdo con sus condiciones

### Comercialización y Mercadeo



En términos generales la comunidad Pijao, en torno a su desarrollo comercial a través del análisis previo demuestra también diversas debilidades. En un principio sus productos eran de muy baja calidad y la técnica no era muy fuerte en los artesanos, factor que cambió drásticamente para el presente año, pero dejando notar que factores como la valoración de sus productos (precio de venta),

La estimación del precio de venta por lo general se realizaba de manera empírica, es decir; definían el precio de cualquier producto con base a su percepción y lo que consideraban justo y pertinente, que entraba a hacer contraste con el hecho de la venta de sus productos en muchas ocasiones por lo que el cliente les ofreciera



Por otro lado, la gestión de las materias primas también ha sido un tema sensible en la comunidad, por las ya mencionadas diferencias entre algunos miembros. sin embargo, se ha venido registrando



de manera detallada los diferentes movimientos de entrega de materia prima en un formato que la misma comunidad elaboro con la firma de cada artesano al momento de recibir los materiales



Por otro lado, los canales de comercialización tampoco estaban muy diversificados. Aunque cabe resaltar que la comunidad actualmente además de la comercialización de sus productos en eventos comerciales, exhibe sus productos en un local comercial propiedad de la líder artesana. No poseen más medios de comercialización, ni clientes intermediarios. Así como tampoco poseían presencia en medios digitales.

Otros aspectos que también se analizaron en el primer acercamiento con la comunidad fue el tema de la gestión de información de los clientes actuales y potenciales. Evidenciando que no existe una base de datos donde se encuentren la información de contacto que podría ser de utilidad para las diferentes gestiones comerciales de mercadeo, ventas y postventa.



Finalmente, la comunidad no ha manejado nunca, ningún tipo acción para valorar los productos en moneda extranjera, que es de bastante utilidad para la participación en los diferentes eventos comerciales donde se cuenta con presencia de compradores internacionales. Así mismo, aunque ya cuenta con imagen corporativa, no ha habido gestiones para el registro de la marca

En este contexto se orientan las asesorías y las actividades para generar herramientas, y conceptos que sean de utilidad para la comunidad



Un elemento muy significativo que se elaboró en un trabajo conjunto con la comunidad y el componente de diseño fue una lista de precios con los productos actuales y los productos nuevos. Así como la aplicación de la metodología de costeo, que fue comprendido por buena parte del grupo.

Así mismo se realizó un ejercicio con la comunidad, tipo clínica de ventas; enfocado al

fortalecimiento de las habilidades y destrezas comerciales de los diferentes miembros del grupo. Todo esto fortalecido con la participación de la comunidad en las diferentes ferias y eventos a los cuales han asistido recientemente, para que el ejercicio de vender sus productos sea más sencillo y sepan tratar cualquier tipo de cliente



Otro logro importante en la comunidad fue la definición grupal de las diferentes acciones que se van a realizar a corto, mediano y largo plazo con respecto a la agregación de valor a sus productos a través de la definición de las diferentes estrategias de diferenciación que irán incluidas en el plan de mercadeo focalizado. Tales como el desarrollo y la innovación constante en sus productos que ya vienen desarrollando algún tiempo o el seguimiento postventa a sus clientes. Así mismo se logró crear una FanPage, en Facebook la cual ha sido alimentada con frecuencia con los diferentes productos que



vienen desarrollando, y se asignó una persona de la comunidad para la administración de la misma

Por parte de la gestión de los recursos y materias primas, solamente se hicieron algunas recomendaciones a la metodología que vienen empleando para el manejo de dichos recursos. Dado que ya poseen unos formatos en los cuales



vienen registrando los diferentes movimientos de entrega de materias primas y las compras las van soportando con las facturas respectivas



Finalizando todo el proceso se logro construir una base de datos con la información de los clientes mas representativos que se ha ido nutriendo con los datos de los clientes potenciales que se van adquiriendo gracias a la participación en las diferentes ferias (Pereira Neiva y Bucaramanga). Junto con esto, la comunidad también aprendió a valorar sus productos en distintas divisas y lo aplicara para calcular los precios de sus productos para las ferias venideras

Concluyendo, uno de los factores que también se ilustro en la comunidad fue el registro de la marca, pero por los ya mencionados problemas y rivalidades internas; con apoyo del componente de diseño y social definen postergar la gestión de registro de marca, para cuando la comunidad se encuentre constituida legalmente y con ello evitar diferencias y división del grupo

**NOMBRE** Carlos Andrés Giraldo Herreño

**CEDULA** 1.094.932.682