



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

**REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y  
MERCADERO**



<b>Comunidad:</b>	Asociación artesanal de mujeres indígenas Zenu (Arte Zenu)	<b>Etnia:</b>	Zenu
<b>Departamento:</b>	Sucre	<b>Municipio:</b>	San Antonio de Palmito

<b>Asesor(a):</b>	Malca Irina Salgado Chamorro	<b>Artesano Líder:</b>	Diana Ciprian
<b>Oficio:</b>	Tejeduría de Caña Flecha	<b>Técnica Utilizada:</b>	Tejeduría de Caña Flecha



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## 1. Situación identificada:

Se identificó que la Asociación Artesanal de Mujeres Indígenas Zenu, posee una diversificación de productos en Caña de Flecha, uno de sus principales productos es el **Sombrero vueltiao**, que ha generado posicionamiento y reconocimiento en el Mercado Regional y nacional.



Tienen un buen desempeño en el campo comercial, pero necesitan realizar procedimientos que le ayuden hacer más efectivos los pedidos y entregas, en cuanto a la promoción tienen tarjetas de presentación que muestran el logo de la Asociación y los diferentes medios para promocionar sus productos entre ellos: Instagram: @arte\_zenu

La asociación ha tenido experiencias en eventos comercial a nivel local, regional, Nacional, comercializan sus productos en el mercado local de Tuchin.

Se identificó que la Sra. Diana Ciprian líder Artesanal, genera un papel fundamental como Líder, para las mujeres de las respectivas comunidades, donde transmite, empoderamiento, cooperación, pasión y mucho empuje para el crecimiento de la comunidad, cabe resaltar que la Sra. Diana maneja la parte de comercialización de los productos y ha participado en eventos nacionales.

Las Mujeres Indígenas del Zenu se identificaron los siguientes aspectos en la Producción:

- No identifica los tiempos y movimientos para la elaboración de sus productos
- En el proceso de tinturado las fórmulas de la trituración para la caña flecha son tomadas de manera informal.



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- Tienen dificultad al costear los productos, para ofrecer el precio de venta.

### Objetivo(s):

- Generar posicionamiento de la Comunidad de ARTE ZENU, en mercados nacionales.
- Fortalecer las técnicas y habilidades en venta para la fidelización de clientes.
- Fortalecer los procesos de producción a través del control de los costos y gestión de materia prima.

### 2. Desarrollo:

En la Comunidad Algodoncillo Sucre las mujeres indígenas de Arte Zenu, se destaca por ser líderes en participar en procesos productivos y aspectos sociales en la comunidad, a través de la primera visita se empodera sobre el programa de Fortalecimiento productivo y empresarial para las comunidades Indígenas y NARP, llevando a cabo los objetivos propuestos por el programa.

En la comunidad de las mujeres Indígenas del Zenu uno de sus productos emblemáticos y reconocidos a nivel nacional e internacional es el Sombrero Volteo, los cuales se muestran en diferentes presentaciones más conocida como una línea comercial, sus diferentes tejidos hacen que el Sombrero varíe en precio, calidad de trenza y pinta, para afianzar los conocimientos en costo se toma como ejemplo este producto para identificar los diferentes elementos que lo componen.

### Implementación realizada



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia





Paso a paso de la implementación realizada. (Metodología utilizada)

### 1. TALLER DE TECNICAS Y HABILIDADES VENTAS

Se realizó diagnóstico sobre las habilidades en venta, con el grupo de mujeres indígenas de Arte Zenu, logrando identificar las destrezas que tiene el grupo de Artesanas. A través del siguiente cuadro de Ciclo Comercial, se transmitió la importancia de los Escenarios en ferias Comerciales, donde se sensibiliza sobre la calidad de los productos y servicios que ofrece la Asociación.





Se ilustra el ciclo comercial, donde se explicó cada uno de los conceptos comerciales que la comunidad debe apropiarse y articular en el momento de participar en ferias artesanales.

Después de realizar el diagnóstico de las habilidades en técnicas en ventas, se realizó socialización de la tipología de clientes, para lograr que la comunidad identifique los diferentes tipos de clientes que existen y las conductas que deben afrontar en el momento de atender al cliente.



Se les explicó a la Comunidad a través de la capacitación las características que poseen los diferentes tipos de clientes tales como:

- ✓ Conversador
- ✓ Callado
- ✓ Indecisos
- ✓ Agresivo
- ✓ Arrogantes





Luego de la Capacitación de la Tipología de los clientes, se realiza un taller en habilidades comerciales, se propone para el taller que los artesanos cumplan los diferentes roles de tipos de clientes y otro grupo aplica cada una de las conductas que se deben utilizar para agradar al cliente y hacerlo sentir importante.

En este escenario las mujeres realizaron el papel del cliente Callado y Arrogante.

Las artesanas debían exponer las habilidades de conductas ante este tipo de clientes.



Escenarios de clientes conversadores



## 2. TALLER DE COSTO

Luego de identificar los costos de producción de la comunidad de Artes Zenu, se realizó capacitación de la Importancia que tiene los Costos para la elaboración de los productos.

Se preguntó a la comunidad *¿Qué entiende por Costos?*

- R/ El valor que sale al hacer todo un producto





- La mano de obra que cobra al hacer un producto
- La calidad de un producto antes de venderlo

Luego se explicó la importancia que tienen los Costo, los cuales sirven para:



- Tomar decisiones
- Definir precios
- Colocar Metas
- Cambiar procesos
- Comprar maquinarias
- Capacitar personal
- Disminuir desperdicio

Se explicó la diferencia entre Costos y gasto, la comunidad debatía sobre escenario que se realizaron como ejercicios para que identifiquen que llevan al Costo y gasto:

- ✓ Compra de Materia prima (Costo).
- ✓ Pago de Impuestos (Gastos).
- ✓ Pago de Nómina personal de producción ( Costo)
- ✓ Pago de Nómina personal Administrativo ( Gasto)
- ✓ Mano de Obra producción ( Costos)

Luego se explicó cuáles son los componentes que conforma el Costo:

- ✓ Materia Prima
- ✓ Mano de Obra
- ✓ Costos indirectos de Fabricación

Se preguntó a la comunidad cuáles son los elementos del costo para la fabricación de sus productos:

- ✓ Materia Prima: Caña Flecha (Planta que se cultiva en los departamentos de Córdoba y Sucre)





- ✓ Mano de Obra: Mujeres tejedoras de Caña Flecha, Costureros, Planchador
- ✓ CIS: Energía, Batatilla, Barra, Viga ,Caña Agria ( Blanquear)

Se llevó acabo identificar el Costo de una Línea de producto: Nombre del



Producto: Sombrera 19. Ref. SOBR-N9.

Llamado así porque está compuesto por 19 pares de Fibras.

Características:

No tiene pega por ninguna parte, los colores para el sombrero salen de las plantas naturales como la Bija, Batatilla, la Cotorrera y la caña Agria.

- ✓ La calidad de cada sombrero depende del número de fibra, a mayor número de fibra mejor calidad y más vida útil.

El sombrero está compuesto por 4 partes:

- ✓ La Horma: Tiene un diámetro de 5 cm
- ✓ La plantilla. Tiene un diámetro de 15 cm
- ✓ La encopadura: Tiene una altura de 9 cm
- ✓ El Ala: tiene una medida de 11cm

Las tallas del sombrero se categorizan:

- ✓ De 50cm a 55cm Talla S
- ✓ De 56 cm a 60 cm Talla M
- ✓ De 61 cm a 65 Cm Talla L

#### MATERIA PRIMA

10 docenas de Palma Blanca, Valor Unitario \$ 1500

10 docenas de Palma Negra, Valor Unitario \$ 1000

4 Cuartilla de Bija Valor unitario \$ 2000

1 bona de Caña Agria \$ 2000

20 Litros de Agua, Valor litro \$ 1000

1 Carga de Leña ( 50 palos con 75 cm Largo)







	<p>10 libra de Barro negro sin Beta \$ 1000          ½ kilo de Cotorrera</p> <p>Mano de Obra</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Proceso para la Vuelta de la Pinta (Abanico) ( Flor de la Cocorilla):</b> Para este proceso se requieren 4 Vueltas de pinta, para cada vuelta se requieren 4 horas de trabajos lo que equivale a 16 horas de trabajo solo este proceso del sombrero que hace parte de la encovadura como parte del sombrero.</li> </ul> <p>Finalmente, se visitó el Municipio de Tuchin donde se realizó inventario de sus productos terminados, seguido de un análisis de costeo , donde se identificó el costo de venta de los productos para venta, como herramienta se utilizó el formato de simulador de costo</p> <p style="text-align: center;"><b>3. TALLER DE ESTRATEGIAS Y CANALES DE COMERCIALIZACION</b></p> <p>Se socializó a la comunidad Arte Zenu de los elementos del Marketing, realizando la demostración a través de la Ilustración:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     P[Producto] --&gt; F[Fidelizacion de cliente]     P --&gt; PR[Precio]     PR --&gt; PL[Plaza]     PR --&gt; PROM[promocion]     PROM --&gt; PL     PL --&gt; F     </pre> </div>
--	---





Se definieron los conceptos los conceptos:

Producto: Es todo aquello tangible o intangible que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o deseo.

Se les explico que los productos tienen unos componentes como:



- ✓ Características técnicas
- ✓ Valores Simbólicos

También tienen unos atributos tales como:

- ✓ Calidad: Buen Tejido
- ✓ Tamaño: Pequeño
- ✓ Diseño: Canastico en Caña Flecha.

Los productos se pueden identificar por:

- ✓ Marca
- ✓ Envase y etiqueta
- ✓ Modelo

Se explicó que el Precio es la cantidad de dinero que se paga por la adquisición de un producto. Se socializa que existen estrategias de precios tales como: Precios Psicológicos: Ejemplo Bolso Tinajero por valor de \$ 89.99900

Estrategias de Precios diferenciales

Estrategias para productos nuevos

Estrategia para líneas de productos.

Se explicó que la Plaza es la herramienta que se utiliza para que los productos estén a disposición del cliente.





Para la Promoción se explicó que son todas las actividades que desarrolla la asociación para comunicar los méritos de sus productos.

La Fidelización maneja aspectos como:

- ✓ Servicios Pos venta
- ✓ Servicio de Asistencia
- ✓ Atención al servicio
- ✓ Garantías

Para el taller se desarrollaron las estrategias de los componentes de Marketing :

La comunidad identificó sus estrategias en la identificación de sus productos:



- ✓ Sobres
- ✓ Sombreretas
- ✓ Bolsos: Tinajeros y Canasticos
- ✓ Tapetes

Para los Sobres se identifican por sus colores naturales entre ellos: Naranja, Rojos, Vino tinto, negro verde y Blanco.

Las pintas se caracterizan por la identidad del Productos tales como:

- ✓ Flor de la Cocorilla
- ✓ El Ojo del Gallo
- ✓ La Manito del gato
- ✓ El pecho del Grillo
- ✓ El Pilón
- ✓ Corazoncito del Abanico





De acuerdo a sus atributos los sobres cuentan con forros que van acorde a la calidad del sobre, con colores iguales al producto e imán interno para mayor protección.



El planchado que le genera brillo lujoso al sobre.

En cuanto el Peso es liviano y cómodo.

✓ Sombreretas: tienen diversidad de colores naturales, el planchado debe estar bien pulido para generar brillo.

✓ Tapetes: Un buen trenzado para generar calidad.

Para la actividad se utilizó el plan de

mercadeo Focalizado.

#### 4. TALLER DE GESTION Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

Se desarrolló en la Comunidad la Implementación de Registro de Gestión y Control de la Materia Prima.

Se preguntó:

¿Qué cantidad de Materia Prima tenemos?

¿Costo de nuestro Inventario de Materia Prima?

¿Con que contamos?

¿Quién es el Responsable?

¿Que tenemos?

Cada pregunta realizada a la comunidad llamo la atención, generando gran importancia de contar con materia prima para la transformación de la materia prima y elaboración del producto artesanal.





Se concientizó a la Comunidad de arte Zenu de tener stop de inventario de Materia prima para la utilización de la misma.

Así mismo, se socializa el formato de Gestión y Control de Materia prima dando las instrucciones para la utilización de esta herramienta.

Se inicia explicando el primer paso:

A quien se le compra la Mercancía:

En el caso de la Asociación es comprada la Mercancía al proveedor Miguel Miranda.

Se explica el segundo paso del registro de la entrada de la Materia prima.

Seguido la distribución de la Materia prima a cada Artesana y por último la existencia de la materia prima.

Se explica que este formato debe ser utilizado para la materia prima que es entregada como beneficiarios del Programa. A través de la Compra de Palma realizada por la artesana líder se logró realizar un taller para la utilización del formato de Gestión y control de Materia Prima



Como herramienta se utilizó el formato de Gestión y Control de Materia Prima.

## 5. TALLER DE REDES SOCIALES





Se desarrolla socialización de la Importancia de estar a la Vanguardia de los medios informáticos que nos ayudan a que la información llegue al público que deseamos, a través de las Redes Sociales como:

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp
- Youtube

Estos son algunos Medios más utilizados por los usuarios. Las redes sociales son herramientas que ayuda a la Asociación a que sus productos sean posicionados, se logra construir relaciones a través de conexiones con otros mercados y podemos establecer un buen servicio al cliente.

Como herramienta la Asociación creo una cuenta en Facebook para la comercialización de los productos.

[https://www.facebook.com/Artezenú-746142972396165/?modal=admin\\_todo\\_tour](https://www.facebook.com/Artezenú-746142972396165/?modal=admin_todo_tour)



### 6. TALLER DE ANGENDA DE CLIENTES

Se diagnosticó que Arte Zenu, ha participado en Ferias a Nivel nacional, generando posicionamiento de la Marca de sus productos en diferentes





	<p>mercados, se evidenció que no cuenta con un registro o base de datos de clientes.</p> <p>Se propone generar un listado de todos los clientes y hacer seguimiento de cuáles son sus preferencias y gustos, logrando obtener una base de clientes potenciales.</p> <p>Como herramienta se utiliza el formato de Seguimiento de Cita de Negocios, se le explicó a la comunidad la importancia de diligenciar el formato en ferias empresariales</p>
<p>Acciones Realizadas</p>	<p>Se realizó capacitación a través del ciclo comercial habilidades en las técnicas sobre el ciclo comercial.</p> <p>Se realizó la importancia de los costos de los productos identificando cada uno de los componentes que la conforma y se toma como ejemplo el producto emblemático “Sombrero Volteo” como referente para el costeo.</p> <p>Se utilizó el formato de Gestión y control de Materia prima para la distribución de la Palma comprada por la Artesana Líder, taller que ayudo a utilizar el registro para acciones propias de la asociación.</p> <p>La Asociación realizo la creación de usuario en Facebook para la comercialización de los productos en caña flecha.</p> <p>Se realizó sensibilización a la comunidad de hacer seguimiento de citas de negocios y generar una agenda de clientes.</p>

**4. Logros:** A través de las capacitación se logró que las mujeres dimensionaran la importancia de las ferias comerciales que el programa realiza para las comunidades del programa, las mujeres se sientes muy contentas dado que a la primera feria que participaron en ciudad de Medellín lograron vender sus productos y recibir la recompensa de esta gran labor.





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Las mujeres indígenas de Arte Zenu, lograron identificar y clasificar los elementos que conforman el costo, hubo mucho interés en conocer los tiempos que llevan para el trenzado en cuanto a las pintas.



Se logró que las mujeres en el momento de adquirir las habilidades en venta identificaran los tipos de clientes y conocer la conducta que se debe tener para prestar un buen servicio al cliente.

Se logró la creación de Usuario en Facebook para la comercialización de los productos en caña Flecha.

La comunidad de arte Zenú cuenta con técnicas ancestrales para los tinturados de la caña flecha, se logró que las comunidades en los procesos de producción del tinturado se organizaran en grupos para lograr el color deseado requerido por el cliente.

**5. Dificultades:** Muchas de las mujeres indígenas sus hogares están muy distanciado, donde deben caminar trayectos muy largos para llegar a la capacitación del programa.

Para los procesos de confección donde se encuentran las máquinas, las mujeres deben desplazar el trenzado del departamento de Sucre al Departamento de Córdoba, dado que las máquinas de confección se encuentran el Municipio de Tuchin, Córdoba.

La comunidad no cuenta con señal de internet, esto afecta el manejo de las tecnologías Informáticas para la comercialización de sus productos.

**6. Compromisos:** Seguir con la identificación los demás tipos de productos que elaboran para seguir costeadando e identificar el costo de producción.



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326

/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia







GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Para la Administración de la Página en Facebook Jhon Mario hijo de la señora Diana el cual reside en la Ciudad de Barranquilla queda a cargo de la administración de las redes Sociales con el seguimiento de la Artesana líder como ente de gestión.

NOMBRE DE ASESOR:	<b>MALCA IRINA SALGUEDO CHAMORRO</b>
----------------------	--------------------------------------



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia

