



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



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

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





<b>Comunidad:</b>	ARTESANOS UNIDOS DE BOLIVAR	<b>Etnia:</b>	Afrodescendiente
<b>Departamento:</b>	BOLIVAR	<b>Municipio:</b>	CARTAGENA

<b>Asesor(a):</b>	MALCA IRINA SALGUEDO CHAMORRO	<b>Artesano Líder:</b>	PIEDAD PEREZ PORTO
<b>Oficio:</b>	Hamacas, cerámicas, tejidos en macramé, porcelanicrón, talla en coco, croché, muñecas de trapo, vaciado.	<b>Técnica Utilizada:</b>	Hamacas, cerámicas, tejidos en macramé, porcelanicrón, talla en coco, croché, muñecas de trapo, vaciado.

### 1. Situación identificada:

La Asociación Artesanos unidos de Bolívar cuenta con diferentes Oficios dentro de sus líneas de Negocio, tales como Hamacas, cerámicas, tejidos en macramé, porcelanicron, talla en coco, croché, muñecas de trapos, vaciados.



Esta actividad se llevó acabo en el Corredor Artesanal del Centro de Cartagena, espacio donde la Asociación está generando impacto social y ambiental, razón por la cual está recuperando espacios en el Centro de Cartagena que se encontraban en estado de abandono e

inseguridad.



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



En el Corredor Artesanal se ubicaron los diferentes asociados, el cual se identificaron los siguientes aspectos:

Se identificó que parte de los integrantes que conforma la asociación, aunque son artesanos se dedican a la compra de productos artesanales, para la venta, esto conlleva a que su fuerte como artesanos productores se está perdiendo, por consiguiente no existe una identidad propia con el producto que ofrecen al mercado; se evidenció que las exhibiciones de sus productos se encuentran muy saturadas de mercancía, no existe un plan de mercadeo definido con el grupo de artesanos posicionados en el corredor artesanal, los artesanos no manejan stop de inventario materia prima.

Se diagnosticó que tienen posicionamiento en ferias a nivel local y regional, a través de núcleos empresariales e instituciones públicas distritales.

## 2. Objetivo(s):

- Generar posicionamiento en el mercado en los mercados locales, regionales y nacionales, con la implementación de estrategias comerciales y de venta
- Conocer los Conceptos básicos de los Costo y gestión de Materia prima como mecanismo de control en los procesos de producción.

## Desarrollo:

La comunidad **ARTESANOS UNIDOS BOLIVAR**, actualmente se encuentra ubicados en el Corredor artesanal del centro de Cartagena, fue importante conocer de cerca cada una de las destrezas comerciales que tienen los artesanos en cuanto atención al cliente, manejo de stands, cierre de ventas. Se identificó que los productos de la asociación donde poseen gran diversificación de líneas tales como Hamacas, cerámicas, tejidos en macramé, porcelanicrón, talla en coco, croché, muñecas de trapo, vaciado, es necesario que los artesanos se apropien de conceptos y herramientas empresariales para adquirir destreza en conocer costos de venta de los productos que ofrecen para la venta, gestión y control de materia prima, técnicas de ventas, seguimientos de clientes, control y seguimiento a las redes Sociales y competitividad en los mercados locales, regionales nacionales e internacionales



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

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





### Implementación realizada



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

#### 1. TALLER DE TECNICAS Y HABILIDADES DE VENTA



Para identificar sus habilidades comerciales y de venta se observó a través de un escenario real, que tantas competencias tienen los asociados y beneficiarios de la asociación en el mercado, se evaluaron las siguientes variables:

- Que conocimientos tienen los asociados del cliente y el mercado
- Que identidad tienen sus productos /

#### Servicios

- Cuál es el valor agregado que ofrece a sus clientes
- Como identifica la Asociación el grado de satisfacción de sus cliente
- Que Garantías tienen sus producto
- Si poseen un estrategia de precio y descuentos
- Que tanto posicionamiento tienen la Asociación frente al mercado.





Se visitó cada uno de los Stands que tienen los beneficiarios y asociados de Artesanos Unidos de Bolívar. A través de esta actividad se realizó el diagnóstico comercial en donde la Asociación se encontraba comercializando sus productos artesanales en el Corredor Artesanal en el Centro de la Ciudad de Cartagena, se identificaron falencias o debilidades tales como:

- Productos no clasificados
- Falta de control y manejo de inventarios

En sus fortalezas se identificó que poseen habilidades comerciales para la atención al cliente, conocen las especificaciones de los productos, generando promociones para la venta, es necesario fortalecer técnicas para conocer los tipos de clientes y realizar un plan de trabajo en conjunto que logre que la asociación genere más impacto en los diferentes mercados.

Realizado el diagnóstico, se inició con el taller de Técnicas y habilidades en ventas, se les pregunta a los artesanos:

¿Que entienden por Venta?

La Sra. Piedad líder Artesanal de la Asociación ARTESANOS Unidos de Bolívar, responde que la palabra venta abarca un todo como:

- Atención al Cliente
- Un producto que cuente con buenos estándares de calidad
- Tener un Stop de inventario para la disposición de mercancía en cada momento
- Tener un buen contacto con proveedores

Se socializó que existen diferentes tipos de clientes entre ellos:

- Conversadores
- Callados





	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indecisos</li> <li>• Agresivos</li> </ul>  <p>Se Explicó cada una de sus características principales y conductas de los diferentes tipos de clientes.</p> <p>Luego de la capacitación se propuso un una clínica de ventas donde los artesanos a través de diferentes escenarios exponían sus técnicas en técnicas de venta.</p> <p>Se analizó cada una de las destrezas de los artesanos, con mucha fluidez para convencer al cliente, se notó que los artesanos identificaban en el taller como identificar las conductas de los clientes según el ejercicio propuesto y la forma de tratar según el cliente identificado.</p> <p>Herramienta a Utilizar clínica de venta de productos artesana</p> <p><b>2. TALLER DE COSTO</b></p>
--	---





Se explicó la definición de los Conceptos de **COSTO**:

Es la cuantía económica que representa la fabricación de cualquier componente o producto, o la prestación de cualquier servicio.

Se les explica a los artesanos los elementos del Costo:

- Materia Prima
- Mano de Obra
- Costos Indirectos de Fabricación

Que existes diferentes tipos de Costos como:

- Costo de Producción
- Costo de Venta
- Costos de distribución
- Costos Logísticos
- Costos Fijos
- Costos directos



Seguido se realizó el taller de costo se tomó como ejemplo un producto de la línea del coco representado por el líder artesanal del coco Sr Pablo, el cual está llevando a cabo la trasmisión de saberes al grupo de Artesanos Unidos de Bolívar.

Utilizando el simulador de Costo se desarrolló el Costo de una salsa identificando los componentes del costo, materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

En la Línea de Bisutería se identificó que realizaron cambios de la María prima principal para innovar en líneas de productos nuevos.



Se les solicitó a las artesanas compra la materia prima en conjunto y realizar el costo del artículo utilizando el simulador de costo.

Finalmente, se realizó el análisis de la utilidad del producto y rentabilidad explicando que la rentabilidad se mide porcentualmente y genera más beneficios para la asociación.

### 3. ESTRATEGIAS Y CANALES DE COMERCIALIZACION





Para el desarrollo de las estrategias y canales de comercialización se definieron los conceptos básicos de los elementos del Marketing



Se define el concepto de Producto es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

Ejemplos

La línea de los productos del Coco

Líneas de los Productos de Bisutería

Se les explica que los productos están compuestos por unos componentes tales como:



Función

- Características
- Simbología

Se socializa que los productos tienen unos atributos como:

Calidad, tamaño, imagen y diseños.

Se les explica que la Marca el envase y modelo son elementos que identifican el producto.

Se define el concepto de Precio es la cantidad de dinero que se paga por la adquisición de un producto.

Para las estrategias de diferenciación de precio se explican las siguientes características en precios.

Precios Psicológicos, precios de productos, estrategias para nuevos productos.





Para la plaza se definen las formas de venta por establecimientos que son con tiendas de ventas y sin tiendas de ventas como el Internet, correo, catálogos y teléfonos.

En cuanto al componente de promoción la Asociación utiliza esta herramienta para: La publicación de mensajes y medios utilizados.

Fuerza de venta: Organizando equipos comerciales

Fue importante apropiarse al equipo de las estrategias de fidelización de clientes, en el caso del corredor artesanal la Asociación debe trabajar en equipo para utilizar estrategias de fidelización, incentivando a los clientes con garantías, servicio post ventas, llamadas de felicitación, con precios.

Luego de la socialización se procede a utilizar como herramienta el Plan de mercadeo focalizado para identificar las estrategias de diferencias de los elementos del Marketing.

#### 4. TALLER GESTIÓN Y CONTROL DE LA MATERIA PRIMA

Se desarrolló capacitación del manejo y control de la Materia Prima, la importancia de identificar el inventario de materia prima logrando conocer



¿Qué Cantidad de Materia Prima tenemos?, el Costo de nuestro Inventario de Materia Prima? ¿Con que contamos? ¿Quién es el Responsable de la Materia Prima? ¿Que tenemos? con que contamos para la transformación y





	<p>elaboración de los productos artesanales.</p> <p>Se socializa el Formato de Gestión y Control de la Materia prima explicando cada uno de los pasos tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Referencia</li><li>• Entrada de Materia Prima</li><li>• Salida Materia Prima</li><li>• Existencia de Materia Prima</li></ul> <p>Se realizó taller con el equipo de artesanos donde se les planteó el siguiente ejercicio para la utilización del Formato:</p> <p>Para la Línea del Coco, Se compraron 100 cocos al proveedor Mario Valencia.</p> <p>Se le solicita al responsable de la Materia prima distribuir 8 coco, para 12 artesanos ¿Qué cantidad de coco queda en Inventario?</p> <p>Nota: Cada coco tiene un Valor de \$ 3000 pesos.</p> <p>Como herramienta se utilizó el Formato de Gestión y Control de Materia Prima.</p> <p>Luego de realizar el ejercicio los artesanos lograron apropiarse del conocimiento y la importancia de gestionar y controlar los inventarios de la Materia Prima.</p> <p><b>5. TALLER DE REDES SOCIALES</b></p>
--	--





GOBIERNO DE COLOMBIA



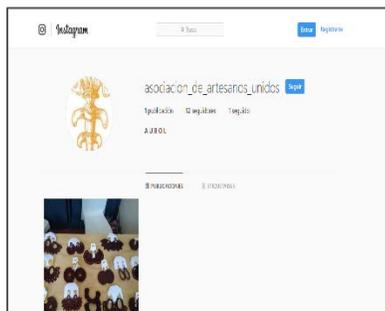
MINCIT



La **ASOCIACION ARTESANOS UNIDOS DE BOLIVAR**, como Unidad productiva tiene un gran posicionamiento en el Mercado artesanal Cartagenero, aunque han tenido experiencia en utilizar las redes Sociales, los artesanos son conscientes de la falta de administración y responsabilidad de la publicación y seguimiento en las redes.

A través de la Capacitación se les explicó a los artesanos de la Asociación la importancia de estar siempre presente en la mente del consumidor, a través del seguimiento y administración de las redes sociales se logra tener Posicionada la Asociación.

Así mismo, las redes Sociales permiten construir relación y lograr expandir los productos de las diferentes líneas que posee la asociación a mercados potenciales.



Se propone asumir roles para la administración de la redes Sociales, por consiguiente la Sra. Miladis y Ana Milena se hace responsable de la Publicación y seguimiento de la Redes de Facebook y Instagram, donde se generó un proceso de publicación con los artesanos, todas las imágenes deben pasar por la artesana Miladis y Ana Milena para que sean cargadas a la Red, y hacer seguimiento a los posibles compradores potenciales logrando enviar las cotizaciones y atención oportuna a los clientes.

La Asociación de Artesanos Unidos de Bolívar creó una cuenta en Instagram para la comercialización de sus productos y actualizar su

La Asociación de Artesanos Unidos de Bolívar creó una cuenta en Instagram para la comercialización de sus productos y actualizar su



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

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





Facebook. [https://instagram.com/asociacion\\_de\\_artesanos\\_unidos?utm\\_source=ig\\_profile\\_share&igshid=3hd60tu1atdd](https://instagram.com/asociacion_de_artesanos_unidos?utm_source=ig_profile_share&igshid=3hd60tu1atdd)

<https://www.facebook.com/Asociacion-Artesanos-Unidos-de-Bolivar-286707551961088/>

### 6. TALLER DE AGENDA DE CLIENTE

La asociación Artesanos de Bolívar, por contar con gran diversidad de líneas de productos elaborados por diferentes artesanos que conforman la Asociación, fue importante brindarle una herramienta o instrumento para captar o generar una base de datos de clientes potenciales, se recalcó que como equipo deben compartir información de clientes, con la finalidad de expandir el portafolio de productos que cuenta la Asociación.



Así mismo, se dan las instrucciones para diligenciar el Formato Seguimiento de Cita de Negocios, el cual se utilizará para la Feria Artesanal de Encuentros Empresarial de Comunidades Negras, Afrodescendientes, Raizales y palenqueras NARP, escenario esencial para la captación de clientes potenciales para la Asociación.

El taller propuesto a la Comunidad fue generar un cierre de negocio con un comprador potencial el cual realizo el siguiente pedido:

- Salseras Cant 24 Valor \$ 15.000 C/U
- Azucarera Cant 50 Valor \$ 18.000 C/u
- Servilletero Cant 30 Valor \$ 12.000 C/ U

El pedido fue solicitado por Restaurante la Tinaja.

Diligencias el Formato de Seguimiento de Cliente con el ejercicio Planteado.





<p>Acciones Realizadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico de Habilidades comerciales y venta, encuesta a los Asociados en los diferentes stands, observación de la atención que los Asociados tienen con los clientes, recomendación en diferentes aspectos de atención al cliente.</li> <li>• Definir los conceptos básicos de los Costos, sus elementos y los diferentes tipos de costos que existen.</li> <li>• Los artesanos utilizaron la herramienta de simulador de costo de productos para identificar la utilidad y precio de venta de los productos y realizaron análisis de rentabilidad.</li> <li>• Los artesanos realizaron las estrategias de diferenciación de producto y precios e identificando sus debilidades y fortalezas.</li> <li>• Se realizó ejercicio de gestión y Control de la Materia prima donde los artesanos identificaron la Importancia de conocer con cuanto cuentan en inventario de materia prima para responder con los pedidos de los clientes.</li> <li>• A través de Clínicas de Ventas los artesanos generaron destrezas y habilidades para la venta de productos artesanales y llegar hacer competitivos en los diferentes escenarios del mercado.</li> <li>• Creación de una Página en Instagram y potencializar la Red en Facebook innovando cada vez más con sus productos.</li> <li>• Se generó la importancia del Seguimiento de citas de Negocios para las ferias en las cuales están invitados por parte de artesanías de Colombia.</li> </ul>
----------------------------	--





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



**4. Logros:** La comunidad de artesanos se encuentra posesionada en el Corredor artesanal de Cartagena, se logró observar las habilidades y técnicas en ventas con compradores que visitan el pasadizo.

La comunidad de artesano logro identificar cada uno de los conceptos básicos de los Costo la gran importancia para manejar el lenguaje empresarial e identificar los diferentes costos que no se tienen en cuenta para la producción de los productos artesanales.

Los artesanos lograron adquirir destrezas y habilidad en el manejo de la herramienta de simulador de costo para identificar una manera más practica el costo de productos.

Se logró que la Asociación Actualizara su página en Facebook, esta tenía más de un año sin estar actualizada; la nueva página trae una serie de innovación en sus productos y con una gran labor de trabajo en equipo, también se logró la creación de una página en Instagram para seguir utilizando estrategias de comercialización de productos.



**5. Dificultades:** Frente a las dificultades en la capacitaciones de Costo fueron dada en las instalaciones de la Biblioteca Alberto Araujo, en ese momento no contábamos con energía lo que hizo que trabajáramos en la parte de afuera zona muy calurosa

para el ambiente de trabajo.



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

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





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



6. **Compromisos:** Los artesanos se comprometieron que para la aplicación del costo estar en los talleres de producción para identificar de manera más eficiente los costos de los productos artesanales.

Hacer seguimiento a las Redes sociales y cargar catálogos de productos actualizados y transmisión de saberes, para generar un gran impacto a la comunidad.

NOMBRE DE ASESOR:	MALCA IRINA SALGUEDO CHAMORRO
-------------------	-------------------------------

Anexo:

Listas de Asistencia.

Registro de Asistencia 30 de Junio 2018

Registro de Asistencia 17 de Julio 2018

Registro de Asistencia 27 de Agosto 2018

Registro de Asistencia 20 de septiembre 2018

Registro de asistencia 28 de septiembre 2018

Registro de Asistencia 20 de Octubre 2018

Registro de Asistencia 19 de noviembre de 2018.



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

[www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co) Email: [artesanias@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:artesanias@artesaniasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia

