



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 MERCADEO



Comunidad:	EL CABUYO	Etnia:	NARP
Departamento:	CAUCA	Municipio:	PATIA (EL BORDO)

Asesor(a):	MARIA CAMILA DIEZ MARTINEZ	Artesano Líder:	CARLOS EDUARDO RUEDA
Oficio:	TRABAJO EN TOTUMO	Técnica Utilizada:	CORTE Y ENSAMBLE



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

www.artesaniadescolombia.com.co Email: artesaniadescolombia.com.co
Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



1. Situación identificada:



La comunidad El Cabuyo es un grupo artesanal proveniente de la vereda El Cabuyo, razón por la cual recibe su nombre, sin embargo el grupo se reúne en el taller del grupo ubicado sobre la carretera Panamericana en el municipio de El Bordo, localizado en el departamento del Cauca.

El cabuyo es una comunidad representante de la cultura NARP, sin embargo su racialización no se puede demarcar

como negra, pero el grupo dice reivindicar la cultura afro llamándose a sí mismos afropatinos.

El CABUYO como grupo de artesanos no ha realizado ningún tipo de comercialización de sus productos, sin embargo el grupo cuenta con la participación de la señora Ayda Nubia Muñoz y el señor Guillermo León, quienes tienen un amplio recorrido en la comercialización de artesanías, y viven económicamente de esta actividad desde hace más de 12 años, estas 2 personas comercializan a nivel local, más exactamente en un stand sobre la carretera de la vía panamericana; por otro lado el artesano líder, el señor Carlos cuenta con amplia experiencia y conocimiento en el negocio de artesanías, y es reconocido en la región, lo que puede abrir puertas de comercialización para la comunidad.

La comunidad el Cabuyo no ha participado en Ferias comerciales locales ni Nacionales, ni tienen participación en el mercado actual.



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

www.artesaniasdecolombia.com.co Email: artesanias@artesaniasdecolombia.com.co
Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



La comunidad está invitada a participar en el evento de la ciudad de Cali los días 13, 14 y 15 de Julio de 2018, por parte de Artesanías de Colombia, en representación a las comunidades NARP.

La comunidad no cuenta con redes sociales del grupo, sin embargo si tienen en conocimiento de su manejo, debido a que la mayoría cuenta con redes sociales personales (Facebook, Instagram), lo que puede facilitar más adelante la creación y sostenimiento de la cuenta grupal.

La comunidad no cuenta con herramientas de promoción y publicidad, tampoco cuenta con catálogos de productos, ya que a la fecha con ayuda del diseñador del programa se está definiendo la línea de productos.

Durante la primera visita del 30 de Junio al 2 de Julio, se evidencio que la comunidad está desarrollando los siguientes productos con ayuda del diseñador:

PRODUCTO	TIPOS	TAMAÑOS
MASCARAS	5 DISEÑOS	GRANDE MEDIANO PEQUEÑO
CENTROS DE MESA	4 DISEÑOS	GRANDE MEDIANO PEQUEÑO

En el momento el grupo artesano no cuenta con clientes fijos, no posee buen manejo de redes sociales, el grupo no posee registros de materia prima, no tienen una agenda de clientes, no realizan costeo a sus productos.

El grupo cuenta con una propuesta de nombre “ARTE LIBRE”, el logo se encuentra en



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

www.artesaniasidecolombia.com.co Email: artesaniasidecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



elaboración con ayuda del diseñador del programa.

2. Objetivo(s):

- Desarrollar e impulsar técnicas y habilidades en ventas, para facilitar la comercialización de sus productos.
- Explicar e implementar un sistema para determinar el costo de los productos.
- Identificar los clientes potenciales de los productos, generando una agenda de clientes.
- Explicar e implementar un sistema para gestionar y controlar la materia prima utilizada en la elaboración de los productos.
- Generar estrategias y canales de comercialización.
- Implementar herramientas de promoción a través del uso de las redes sociales.
- Implementar un formato para identificar el costo de los productos.
- Implementar un formato de lista de precios.

3. Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron en el taller de arte y pintura del grupo (vivienda del maestro Guillermo Gamboa) ubicado sobre la vía panamericana en el municipio El Bordo, departamento del Cauca, iniciando con la primera visita el día 30 de Junio de 2018, y finalizando con la última visita el día 31 de Octubre de 2018 para un total de días en comunidad de 7,5, durante todos los talleres desarrollados el grupo mostró un gran compromiso evidenciado en las asistencias y se evidencia una amplia experiencia y conocimiento en la artesanía.

La comunidad el Cabuyo, se muestra con voluntad de trabajar pero con bastante desconocimiento en el tema de la formalización y control financiero, sin embargo tienen alta expectativa en el tema de organización interna, ya que quieren consolidar el grupo artesanal



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

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



como fuente de trabajo mejorando la calidad de vida de los miembros.

El grupo artesanal cuenta con herramientas y maquinaria (propiedad del maestro Guillermo Gamboa) que facilita la elaboración de los productos, todos los productos son a base de totumo.

Los talleres aplicados en el eje de comercialización y mercadeo se relacionan a continuación:

- Taller técnica y habilidades en ventas
- Costeo
- Agenda de clientes
- Gestión y control de materia prima
- Estrategias y canales de comercialización
- Las redes sociales una estrategia de ventas

Implementación realizada

Registro fotográfico



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

www.artesaniasidecolombia.com.co Email: artesaniasidecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





<p>Pasó a paso de la implementación realizada. (Metodología utilizada)</p>	<p>1. Taller Técnica y habilidades en ventas</p> <p>Se les aplico el taller de habilidades en ventas, para reforzar sus destrezas y la forma de vender su producto, se tocaron los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son las ventas? • Tipos de clientes • Como construir el discurso de ventas • Cierre de oportunidad, siempre concluir • 2 Actividades practicas <ul style="list-style-type: none"> • Actividad practica 1: Se desarrolló una actividad práctica, la cual consta en que un asistente será el “vendedor” y otro asistente será el “Cliente” asignándole una tipología de clientes (tímido, soberbio, hablador...), pero el “vendedor” no sabe que tipología de cliente se le asigno. <p>El objetivo del ejercicio es analizar y evaluar la reacción del “vendedor” frente al tipo de cliente, y de esta manera establecer acciones de mejora, estrategias y consejos para tratar con los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad practica 2: Para fomentar la imaginación y a su vez las habilidades en ventas, se dividió al grupo en 4 subgrupos, a los cuales se les hizo entrega de unos materiales limitados, donde se les pidió que desarrollaran un producto propio de la región que ellos no elaboraran pero siempre hayan querido realizar; a través de la realización del producto definieron: Nombre del producto, Beneficios del producto, Significado e historia del producto, precio de venta del producto y redactar el discurso de ventas. <p>Cuando terminaron de desarrollar el producto, nos dirigimos a la carretera donde debían ofrecer el producto a los transeúntes, de esta manera los artesanos experimentaron una venta, lo que promueve que vayan ganando experiencia y habilidades.</p>
--	---





2. Taller de Costos

Para lograr costear los productos, se realizaron previamente los siguientes talleres:

2.1. Identificación de los productos

Para la referencia se tuvo en cuenta los siguientes patrones:

Nombre		Material		Tamaño	
Maracas sonido opaco	MAO	TOTUMO	TO	Grande	GR
Maracas sonido brillante	MAB				





		Mascara afropatiana	AF	
<p>Según los diseños implementados por el diseñador del programa, se identificaron los productos, descripción, medidas y referencia comercial, obteniendo los siguientes resultados.</p>				
Referencia	Descripción	Dimensiones		
MAO-TO-ES	1 par de maracas en totumo, con sonido opaco	Palo 13 cm Diámetro 8-10 cm Aproximado		
MAB-TO-ES	1 par de maracas en totumo, con sonido brillante	Palo 13 cm Diámetro 8-10 cm Aproximado		
TAM-TO-ES	Tambor de mano en totumo y cuero	Diámetro 17-19 cm Alto 8-10 cm		
VIO-TO-ES	Violín patiano con caja de resonancia en totumo y diapason en pino canadiense, escala 3/4	Diapasón Caja de resonancia Tablero		
CAL-TO-ES	Calimba cuerpo en totumo, pinzas en acero inoxidable y tapa en pino canadiense, originario de África	Diámetro 8-12 cm Alto 8-12 cm		
MA-AB-GR	Mascara abrazo del sol "como el sol abraza al Patía", en totumo tamaño grande	20 CM x 18 CM		
MA-AB-ME	Mascara abrazo del sol "como el sol abraza al Patía", en totumo tamaño mediano	16 - 20 CM x 15 - 18 CM		





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



	MA-AB-PE	Mascara abrazo del sol "como el sol abraza al Patía", en totumo tamaño pequeño	15 - 16 CM x 12 - 14CM
	MA-CA-GR	Mascara carnavalera característica del Patía, en totumo grande	20 CM x 18 CM
	MA-CA-ME	Mascara carnavalera característica del Patía, en totumo mediano	16 - 20 CM x 15 - 18 CM
	MA-CA-PE	Mascara carnavalera característica del Patía, en totumo pequeño	15 - 16 CM x 12 - 14CM
	MA-EN-GR	Mascara encantada símbolo de la mujer patiana, en totumo grande	20 CM x 18 CM
	MA-EN-ME	Mascara encantada símbolo de la mujer patiana, en totumo mediana	16 - 20 CM x 15 - 18 CM
	MA-EN-PE	Mascara encantada símbolo de la mujer patiana, en totumo pequeña	15 - 16 CM x 12 - 14CM
	MA-EM-GR	Mascara del empautado símbolo de los ritos tradicionales, en totumo tamaño grande	20 CM x 18 CM
	MA-EM-ME	Mascara del empautado símbolo de los ritos tradicionales, en totumo tamaño mediano	16 - 20 CM x 15 - 18 CM



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

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





MA-EM-PE	Mascara del empautado símbolo de los ritos tradicionales, en totumo tamaño pequeño	15 - 16 CM x 12 - 14CM
MA-AF-GR	Mascara afropatiana en totumo, tamaño grande	20 CM x 18 CM
MA-AF-ME	Mascara afropatiana en totumo, tamaño mediana	16 - 20 CM x 15 - 18 CM
MA-AF-PE	Mascara afropatiana en totumo, tamaño pequeño	15 - 16 CM x 12 - 14CM
TOR-TO-ES	Tortuga en totumo, tamaño estándar	16 - 20 CM x 15 - 18 CM
ARM-TO-ES	Armadillo en totumo, tamaño estándar	16 - 20 CM x 15 - 18 CM
PAJ-TO-ES	Pájaro en totumo, tamaño estándar	16 - 20 CM x 15 - 18 CM

2.2. Costeo

Conociendo la línea de productos y sus características, se costeo cada una de las referencias, para lo cual se tuvo en cuenta la siguiente información:

- Tiempo de elaboración de cada referencia (días)
- Valor del Jornal (\$)
- Valor de la materia prima (\$)
- Costos Indirectos
- Otros descuentos

La siguiente tabla relaciona el costo obtenido por cada referencia:





Referencia (nombre-material-tamaño)	Mano de obra	Materia prima	Desperdicio (20%)	Administración	Costo total
MAO-TO-ES	\$ 8.083	\$ 10.837	\$ 3.784	\$ 3.784	\$ 26.489
MAB-TO-ES	\$ 7.111	\$ 10.735	\$ 3.569	\$ 3.569	\$ 24.985
TAM-TO-ES	\$ 12.750	\$ 13.139	\$ 1.294	\$ 5.178	\$ 32.361
VIO-TO-ES	\$ 205.292	\$ 86.500	\$ 14.590	\$ 43.769	\$ 350.150
CAL-TO-ES	\$ 19.750	\$ 20.508	\$ 2.013	\$ 8.052	\$ 50.323
MA-AB-GR	\$ 30.917	\$ 13.506	\$ 2.221	\$ 8.884	\$ 55.528
TOR-TO-ES	\$ 15.250	\$ 20.633	\$ 1.794	\$ 7.177	\$ 44.854
ARM-TO-ES	\$ 12.750	\$ 18.633	\$ 1.569	\$ 6.277	\$ 39.229
PAJ-TO-ES	\$ 9.833	\$ 7.170	\$ 850	\$ 3.401	\$ 21.254

2.3. Precio de venta

De acuerdo a la dinámica del mercado y a la utilidad deseada por el grupo, se realizó la lista de precios de venta de los productos, descuentos a aplicar, y condiciones de los descuentos, quedando de la siguiente manera:

Referencia nombre-material-tamaño	Costo total	Utilidad	Precio pleno	Descuentos		
				5%	10%	15%
MAO-TO-ES	\$ 26.489	41%	\$ 45.000	\$ 42.750	\$ 40.500	\$ 38.250
MAB-TO-ES	\$ 24.985	44%	\$ 45.000	\$ 42.750	\$ 40.500	\$ 38.250
TAM-TO-ES	\$ 32.361	28%	\$ 45.002	\$ 42.752	\$ 40.502	\$ 38.252
VIO-TO-ES	\$ 350.150	13%	\$ 400.171	\$ 380.163	\$ 360.154	\$ 350.150





CAL-TO-ES	\$ 50.323	16%	\$ 60.015	\$ 57.015	\$ 54.014	\$ 52.513
MA-AB-GR	\$ 55.528	15%	\$ 65.327	\$ 62.060	\$ 58.794	\$ 57.161
TOR-TO-ES	\$ 44.854	18%	\$ 55.002	\$ 52.252	\$ 49.502	\$ 46.752
ARM-TO-ES	\$ 39.229	15%	\$ 46.152	\$ 43.844	\$ 41.537	\$ 39.229
PAJ-TO-ES	\$ 21.254	30%	\$ 30.363	\$ 28.845	\$ 27.327	\$ 25.809

3. Agenda de clientes

Dado que el cliente es el protagonista de la actividad comercial, se identificaron aquellos clientes que han expuesto una intención de compra, ya sea en eventos comerciales del programa de fortalecimiento, eventos propios o en otras actividades.

La finalidad de identificar a los clientes potenciales, es realizar un seguimiento permanente para recordarle el porqué su producto llamo su atención.

Debido a que el grupo elabora instrumentos musicales a base de Totumo y completamente funcionales, los negocios potenciales radican en la comercialización de las tiendas musicales de la región:

1. Instrumentos musicales melodía/Popayán
2. Tienda de instrumentos musicales vibrato/Popayán
3. Instrumentos musicales serenata/Popayán
4. Power Música/Pasto
5. Casa del músico la colonial/Popayán
6. Ringo Star/Cali

4. Gestión y control de materia prima

El taller de Gestión y Control de Materia Prima, se enfoco en dar a conocer la importancia de llevar este registro, con el se puede conocer:

- El costo del inventario de materia prima ¿Con que contamos?
- Cantidad de materia prima con la que cuenta el grupo ¿Qué tenemos?





Se socializo en formato básico de gestión y control de materia prima, sin embargo de acuerdo a las necesidades del grupo, se implementó un nuevo formato de gestión, el cual contiene toda la información de entrada (compra de materia prima), salida (entregada al artesano), valor adeudado, y producto terminado, y firma de cada persona responsable.

5. Estrategias y canales de comercialización

Es el taller insumo para la elaboración del plan de mercadeo focalizado, se inicia con el diagnostico comercial, donde el grupo expone que no cuenta con estrategias y canales de comercialización, y depende exclusivamente de los eventos del programa de fortalecimiento en que pueda participar.

Teniendo en cuenta lo anterior se identifican las estrategias de diferenciación en producto, en precio, en plaza y distribución y en promoción.

De acuerdo a las necesidades y al alcance del grupo artesanal se desarrollaron 2 estrategias de comercialización:

1) Redes sociales: aprovechando que es un medio de comercialización virtual gratuito, se crea facebook, como herramienta para dar a conocer los productos y encontrar clientes potenciales.

2) Catalogo de productos: Desarrollo de un catalogo de productos, para ser difundido a través de redes sociales.

Se hace entrega de un modelo de catalogo, con información e imágenes de los productos del grupo, sin embargo se debe complementar por parte del grupo artesanal.

Posterior a esto se desarrollo la estrategia de fidelización, con la finalidad de captar, retener y afianzar a los clientes, mediante la satisfacción de sus necesidades.

6. Las redes sociales una estrategia de ventas

Las redes sociales son sitios de internet que permiten a las personas conectarse de manera virtual, compartir contenidos, interactuar, crear comunidades, comercializar productos y servicios, entre otras.





	<p>Los celulares Smartphone han permitido a los usuarios conectarse permanentemente a sus redes sociales, en cualquier lugar y a cualquier hora, Las redes sociales más usadas son facebook e instagram, a las cuales se les dedica aproximadamente 3:20 y 2:48 horas respectivamente.</p> <p>La expectativa de los artesanos frente a la creación de las redes sociales es muy alta, ya que ellos ven la creación de una red social como la posibilidad de conectarse o darse a conocer al exterior (fuera de su pueblo).</p> <p>Para El Cabuyo se creó:</p> <p>1) Correo electrónico: artelibrepatiano@gmail.com</p> <p>Permite enviar información, catalogo de productos, cotizaciones, entre otra información.</p> <p>2) Facebook: https://www.facebook.com/Arte-Libre-Patia-Cauca-349367175841613/?modal=admin_todo_tour</p> <p>Permite compartir información, publicar fotografías de los productos, dar a conocer el grupo artesanal, buscar posibles clientes potenciales, darse a conocer al exterior (fuera del pueblo).</p>
<p>Acciones Realizadas</p>	<p>Durante las visitas realizadas por el asesor, las acciones realizadas en el eje de comercialización y mercadeo se concentraron en 2 ejes:</p> <p>1) Producto: Identificación, descripción, referencia, costos, utilidad y precio de venta.</p> <p>2) Comercialización y mercadeo: Agenda de clientes, estrategias y canales de comercialización, técnica y habilidades en ventas, redes sociales.</p>

4. Logros:

- Identificar el costo de cada producto, discriminando la materia prima y mano de obra.
- Diligenciamiento de la lista de precios, identificando la utilidad de cada producto.





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



- Identificar los clientes potenciales del grupo artesanal.
- Creación y gestión de 2 redes sociales como estrategia de ventas.

5. Dificultades:

- El grupo ha demostrado su inconformidad respecto a la demora en la entrega de los apoyos económicos que ofrece el programa de fortalecimiento, sin embargo esto no ha afectado su producción, es un grupo consolidado, dispuesto a las observaciones, conocen muy bien la técnica y tiene amplia experiencia en el sector artesanal.

6. Compromisos:

- Alimentar el catalogo de productos entregado.
- Identificar los clientes potenciales de la zona.
- Implementar los costos y precios, en los diferentes eventos comerciales

NOMBRE DE ASESOR:	MARIA CAMILA DIEZ MARTINEZ
-------------------	----------------------------



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
www.artesaniasdecolombia.com.co Email: artesaniyas@artesaniyasdecolombia.com.co
 Bogotá, D.C. - Colombia

