



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 TECNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO



<b>Comunidad:</b>	<b>ASOCIACION ARTESANOS DE HIGUERON</b>	<b>Etnia:</b>	<b>Afrodescendiente</b>
<b>Departamento:</b>	<b>SUCRE</b>	<b>Municipio:</b>	<b>SAN ONOFRE / Corregimiento El Higuerón</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





<b>Asesor(a):</b>	<b>MALCA IRINA SALGUEDO CHAMORRO</b>	<b>Artesano Líder:</b>	<b>CARMELO CASTILLO</b>
<b>Oficio:</b>	<b>Hombres: Ebanistería, Trabajos en Madera.</b> <b>Mujeres: Tejeduría en Iraca y cepa de Plátano"</b>	<b>Técnica Utilizada:</b>	<b>Talla de Madera</b>

### 1. Situación identificada:

La Asociación de Artesanos de Higuierón, han participado Ferias comerciales locales y Nacionales, siendo competitivo en el mercado actual.



Cuenta con herramientas de promoción y publicidad, pero no son utilizadas dado a los inconvenientes internos de los asociados, algunos asociados para la comercialización de sus productos cuentan con catálogos de productos de manera individual.

Se diagnosticó que el grupo artesanal no cuenta con una medición de los segmentos de mercado, no posee indicadores de tendencias de crecimiento; han participado en diferentes eventos comerciales, interactuando con compradores potenciales, el Sr Carmelo líder Artesanal de la Asociación, ha tenido experiencia en estos escenarios potenciales, pero no todos los asociados tienen este tipo de interacción con los compradores. La asociación no conoce con exactitud los costos de los productos, esto conlleva a perder dinero y tomar decisiones no acertadas sobre precios de venta.

### 2. Objetivo(s):

- Fortalecer a la Asociación Artesanos de Higuierón, en estrategias de comercialización logrando potencializar sus productos en mercados nacionales.





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- Empoderar a la Asociación de herramientas que le permitan generar control en los procesos de producción.

### 3. Desarrollo:

La comunidad de Artesanos el Higuieron ha trabajado con programas de Artesanías de Colombia como en COL COL, exponiendo sus productos en talla de madera en diferentes ferias como invitados, el artesano Líder Sr Carmelo siente un gran compromiso y responsabilidad en seguir posesionando los productos en el mercado local, regional, nacional e internacional como líder de la Asociación.

La comunidad de **ARTESANOS DEL HIGUERON**, cuenta con la experiencia de participar desde hace un tiempo en diferentes ferias a Nivel nacional, a través de las actividades se implementaran técnicas y habilidades de venta para fortalecer el área comercial e identificar los costos de producción para ofertar los productos con precios justos al mercado.

#### 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





### 1. TALLER DE TÉCNICAS TÉCNICAS EN VENTAS

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



Se inició preguntando ¿Qué se entiende por venta?, los artesanos participaron y respondieron los siguientes conceptos:

- ✓ Ofrecer un producto
- ✓ Satisfacer las necesidades de un cliente
- ✓ Ofrecer un buen servicio

✓ Ofrecer calidad y buenos precios.

Luego se explicó los siguientes conceptos:





- ✓ ¿Que son las Venta?
- ✓ Debe conocer los producto como la palma de su mano
- ✓ Descubrir todas las cualidades del producto que quiere vender

Se realizó una actividad donde los artesanos colocaron puestos de artesanías; un grupo realizo el papel de vendedores y otro grupo de compradores, el escenario era una feria comercial en un centro comercial. En las instrucciones para la actividad se les menciona que hablaran de la identidad y características de los productos. Se evaluó al grupo en los siguientes aspectos:

- Buena destreza con el contacto al publico
- Identifican características del producto
- Hacer cierre de negocios.

## 2. TALLER DE COSTO



Se socializó la importancia de como determinar los costo de Venta de un producto, definiendo los siguientes elementos que lo componen:

- ✓ Materia Prima
- ✓ Mano de Obra
- ✓ Costos Indirectos de Fabricación ( CIF)

Para la Asociación se tomó como ejemplo

**SALCERA MADERA COLORADO:**





### *Salsera Madera Colorado*

Los asociados identificaron los elementos del costo con el Producto en mención:

#### **Materia Prima**

- ✓ Madera  
Tipos de Madera: ( Colorado, Ceiba, Teka)

#### **Mano de Obra**

- ✓ Los Maestros
- ✓ Lijador
- ✓ Auxiliares ( Aprendices)

#### **Costos Indirectos de Fabricación**

- ✓ Energía
- ✓ Lija
- ✓ Gomas
- ✓ Cera





- ✓ Trementina
- ✓ Carnauba
- ✓ Aceite Mineral

Luego se procedió a utilizar el Formato de Simulador de Costos Unitarios.

Anexo Formato.

Luego se realizó nuevamente socialización de los costos de los productos artesanales dentro de sus líneas a costear se encuentran:

- ✓ Bandejas en forma de Hojas
- ✓ Cucharas
- ✓ Platos

- ✓ Canoas.



A través de un taller se organizó el grupo de artesano para identificar el costo de los productos se realizaron diferentes grupos para exponer los costos de los productos que les fueron entregados, donde debían identificar los elementos de costo y exponerlo al público presente.

Se utilizó el simulador de costo para identificar el costo producción.

### 3. TALLER DE ESTRATEGIAS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN





Para realizar la implementación de las estrategias y canales de comercialización, se socializó con la comunidad los diferentes componentes del Marketing.

Se ilustró el Ciclo de Marketing.



Se realizó definición de los componentes de los productos como función, características, valores simbólicos, calidad tamaño y cantidad, imagen, diseño.

Se socializó la importancia del método de fijación de precios a través del margen sobre el costo, aprendizaje realizado en el taller de costo.



Con respecto a la Plaza se les socializó que medios se pueden utilizar para que nuestros productos sean deseados por los clientes, a través de ventas directas, ventas a mayoristas o al detal.







También con establecimientos a tiendas artesanales, internet, correo, catálogos y teléfonos.

Se utilizó como herramienta el Plan de Mercadeo Focalizado.

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

De acuerdo al diagnóstico inicial donde se idéntico que la comunidad, no posee ningún tipo de registro ni herramientas que permitan evidenciar el control de la materia primas, se realizó socialización sobre la importancia del control de los recursos para la elaboración de los productos artesanales.



Se llevó a cabo definir los conceptos de Materia prima definido como todos los elementos que lleva el producto, es decir todos los elementos que se transforman e incorporan en el producto final en el caso de la Asociación es la Madera.

Para los procesos de gestión y Control de la materia prima, se le suministró a la comunidad el formato de Gestión y control de materia prima como herramienta fundamental para llevar a cabo en los procesos de producción.





Se explicó a los artesanos la importancia de Generar Gestión y Control de la Materia prima, realizando las siguientes preguntas:

¿Qué cantidad de Materia Prima tenemos?

¿Costo de Nuestro Inventario de Materia Prima?

¿Con que Contamos?

¿Quién es el responsable de la Materia Prima

¿Que tenemos?

Los artesanos manifiestan que las labores han sido muy informales no teniendo los controles pertinentes para ejercen el control de la materia prima.





Se dio las instrucciones para utilizar el formato de Gestión y Control de Materia Prima:

Explicando cada uno de los pasos que contiene:

Paso 1

A quien se le compra la Materia Prima

Cuál es el principal proveedor

Quien es el responsable de recibir

la materia prima

Para la Asociación la persona delegada de repartir o distribuir la materia prima es el Líder Artesano Carmelo.

Paso 2

Se socializa como se registra la entrada de Materia prima y por cuanto sale el costo unitario de la mercancía comprada.

Paso 3



Como se realiza la distribución a cada artesano generando una salida de productos, y verificando la existencia de lo que queda en el Inventario final de Materia Prima.

Se realizó un taller de distribución de Materia





Prima, donde la comunidad compra 1000 pie de madera al Proveedor Camilo, por Valor de 2000 cada pie, el Sr Carmelo como responsable de la Materia Prima debe distribuir el material a los Artesanos con las siguientes cantidades:

5. Eugenio Cant 100 Pie Madera
6. Richard Cant 100 Pie de Madera
7. Arturo Cant 200 Pie Madera
8. Carmelo Cant 300 Pie Madera
9. Blas Blanco Cant 200 Pie Madera

Se solicitó identificar el valor del Costo total y la cantidad de Materia prima existente en inventario.

Como Herramienta se utilizó el Formato de gestión y Control de Materia Prima.

#### 5. TALLER DE REDES SOCIALES

Según el diagnóstico identificado la comunidad en tiempos atrás llevaban medios de comunicación y publicidad, creando redes sociales, las cuales no eran administradas ni monitoreadas por ningún responsable, por consiguiente, se realizó socialización sobre la importancia de utilizar las Redes sociales por las siguientes razones:

- ✓ Más del 84% de los usuarios acceden a Internet
- ✓ El 27% del tiempo es utilizado en internet específicamente en Redes Sociales.
- ✓ El 60% de los usuarios interactúan con los compradores.

A través de medios o redes sociales como:

Facebook

Twitter





### Youtube

Por otro lado se explicó que a través de las redes sociales se crea posicionamiento de la Marca de los productos, permite construir relaciones y ayuda a brindar un buen servicio.

La Comunidad de artesanos procedió a crear una cuenta en Facebook, donde puedan publicar su catálogo de productos y la Misión y visión de la Asociación, publicar eventos con la comunidad, específicamente la transmisión de Saberes.

<https://www.facebook.com/Asociacion-de-artesanos-de-higueron-1162127223952171/>



### 6. TALLER DE AGENDA DE CLIENTES

De acuerdo al diagnóstico uno de los fuertes de la Asociación de Artesanos del Higuerón, es la participación en ferias artesanales, especialmente con Artesanías de Colombia, para fortalecer los vínculos con los clientes se realizó socialización de la herramienta de Seguimiento y cita de Negocios el cual ya es conocida por la comunidad.





	<p>Fue importante empoderar a la comunidad de hacer seguimiento a todos clientes que compran productos en la asociación y conocer que nuevas tendencias buscan el cliente para los productos.</p> <p>Así mismo, se fortaleció a la comunidad de la planeación de estrategias de fidelización de cliente cuando se encuentre en escenarios e ferias.</p> <p>Como herramienta se utilizó Seguimiento de Cita de Negocios.</p> <p>Luego se le preguntó al artesano Carmelo ¿Cuáles fueron las expectativas que tuvo la Asociación en la feria de Cartagena? El artesano manifiesto que fue una experiencia donde pudo colocar a la Asociación en un Nivel alto por el conversatorio en la Mesa institucional de la Inauguración del Evento Empresarial NARP, es la primera vez que participa en un evento de Cartagena, conociendo esta nueva plaza, con respecto a la parte comercial, generó contacto con clientes y se enriqueció de culturas diferentes por el grupo de comunidades Narp que se encontraban participando en el Evento.</p>
Acciones Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se realiza diagnóstico del nivel de participación en el Mercado.</li> <li>✓ Se realizó ejercicios prácticos de técnicas y habilidades de venta.</li> <li>✓ Los artesanos identificaron los elementos del costo de los productos que fabrican.</li> <li>✓ Se realizó les costo de los productos artesanales de la comunidad.</li> <li>✓ Se identificaron estrategias de diferenciación de productos.</li> </ul>





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se utilizó la herramienta de Gestión y control de la Materia Prima donde la comunidad de Artesanos del Higuerón, logra identificar el inventario de productos en costo y unidades para la producción.</li> <li>✓ Se realizó sensibilización del uso y administración de las redes Sociales para herramienta de apoyo para la comercialización de los productos artesanales, la comunidad realizo la creación en la página de Facebook.</li> <li>✓ Se generó la importancia de llevar una agenda de citas de Negocios para conocer las expectativas y cierre de negocios con los clientes potenciales.</li> </ul>
--	---

**4. Logros:** La comunidad logro generar destreza con las técnicas y habilidades de venta, se identificó que muchos de los artesanos que participaron tienen mucho potencial para generar fuerza de venta en la comercialización de los productos de la asociación.

La comunidad de artesano el Higuerón logro determinar el costo de sus productos e identificar cuanta utilidad le deja y el margen de rentabilidad de cada uno de ellos.

Se logró que la comunidad de Artesanos de Higuerón realizara la creación en la página Facebook para la comercialización de los productos artesanales, así mismo publicar todos los eventos realizados en la comunidad generando responsabilidad Social, empresarial y ambiental.

Se logró que la comunidad generara jornada de limpieza y organización en el taller de producción, donde asignan un cronograma de organización y limpieza en el Taller, logrando sacar toda viruta de aserrín que se acumula en el taller de producción, estas actividades ayudan a optimizar los tiempos para la elaboración de los productos y organizar sus herramientas en puestos demarcados para tener un buen orden, evitando pérdidas de herramientas.



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





5. **Dificultades:** Se identifica que las asociaciones de artesanos del Higuérón trabajan en dos grupos independiente, uno liderado por el sr Carmelo y otro por el Sr Blas esto conlleva que no se unifique la venta como Asociación y trabajan de manera dividida.

Para la gestión de campo fue difícil llegar a la comunidad por las fuertes lluvias en octubre donde los arroyos crecen dificultando el acceso a la comunidad.





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



6. **Compromisos:** Fortalecer el área de procesos de producción con el acompañamiento del componente de diseño. Tomar fotos de los productos artesanales para realizar un catálogo de productos.

Crear el Usuario en Facebook para la publicación de los productos artesanales a cargo de Carmelo Castillo.

Con los rubros asignados a la comunidad se destina para compra de terreno para reubicar al taller de la Asociación.

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



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

