



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 A LA COMUNIDAD ISMUINA - SOLANO

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



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



DESARROLLO DE ACTIVIDADES:

Formalización Empresarial



La comunidad Ismuina del municipio de Solano, es una comunidad correspondiente a la jurisdicción del departamento del Caquetá. Su especialidad se centra en la elaboración de productos de cestería a base de fibras naturales como cumare, yare o guaruma.

Como parte de las variables analizadas en el análisis preliminar del estado de la comunidad, en temas como la formalización empresarial, dejan ver un gran avance puesto que de las comunidades asignadas para la Regional Neiva, es la única comunidad del programa que ya había iniciado un proceso de formalización, los artesanos e integrantes de la asociación “Canasto de la

Abundancia”, conocen cada uno su rol y sus funciones, pero en términos generales no tenían muy claras las responsabilidades y obligaciones de la asociación después de constituida

Por su parte, temas como la asociatividad aun no se encontraban fuertes. No había comités de trabajo designados que desempeñaran labores específicas y optimizaran algunos procesos. Lo que es una gran debilidad considerando que ya se había iniciado un proceso de formalización



Por su

parte, factores como el ahorro o fondo de la comunidad ya se venía trabajando previamente por acuerdo general a través de lo cual se estaba haciendo un aporte de 2000 pesos por cada venta y un aporte adicional de 1000 pesos mensuales por artesano. En adición a este punto, a pesar de ya poseer un fondo; los movimientos generados de entradas y salidas de dinero aun no llevaban un control definido a través de ningún tipo de instrumento como un registro contable o libro contable por ende no había un sistema para controlar las entradas y salidas del grupo.

Finalmente encontramos que, la comunidad no tiene conocimiento alguno sobre los procesos de registro de marca, y aunque ya poseen una imagen corporativa definida a través de los trabajos adelantados durante la vigencia del programa de fortalecimiento productivo del año inmediatamente anterior aun no poseen ningún trámite ni proceso de registro.



Partiendo de estas situaciones, se hace un acompañamiento para finalizar con el proceso de formalización y se asesora al grupo sobre las diferentes responsabilidades y obligaciones tributarias



a las que se hacen acreedores una vez constituidos. Que en sinergia con el tema de registro de marca servirán como insumo para los requisitos que se necesitan para iniciar con el proceso de registro de las 4 líneas de producto principales en este momento



Así mismo, se entrega un libro tres columnas y se empiezan a registrar todos los movimientos de aportes por artesano al fondo comunitario con base a las ventas de cada uno y las salidas que se generan tales como prestamos a la misma comunidad o el pago de transportes o algún otro gasto. Dicho libro ha venido actualizándose constantemente. Así mismo están empezando a registrar las ventas para tener con que cotejar las entradas en el libro

contable.

En adición a los logros anteriores, el tema del fondo comunitario en la comunidad no tuvo mayores dificultades, a través de una decisión unánime, la comunidad determina, mejorar las condiciones de aportes que ya se traían previamente y dejar un valor de aporte del 10% por cada venta realizada y seguir adicionalmente aportando los \$ 1.000 por artesano de manera mensual.

Y finalmente se logran crear dos comités de trabajo en la comunidad, el primero es el comité de comunicaciones, el cual estará encargado de la a todos los integrantes del grupo y el comité de calidad, que está encargado de la verificación de acabados y estándares de calidad de los productos terminados

Comercialización y Mercadeo



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



En torno al componente de comercialización y mercadeo, el grupo de artesanos de la comunidad Ismuina, revela ciertas debilidades que deberían empezar a tratarse para mejorar algunos procesos.

En primera medida, se observa que la mayor parte del grupo no ha tenido experiencia en gestión de ventas ni ha asistido a ningún evento comercial a través del cual deba ofrecer y hacer gestión de ventas, lo que permite evidenciar que el grupo no maneja muy bien un proceso de ventas.



Por otro lado, se observa que la comunidad no maneja ningún tipo de red social o medio digital para el grupo y no poseen ningún medio de comercialización de sus productos diferente a las ferias comerciales y los pedidos realizados por los clientes adquiridos en dichas ferias. Así mismo sus productos, aunque son elaborados con una técnica muy delicada y definida y se vienen adelantando procesos de desarrollo de productos nuevos, no

hay un valor agregado en los productos que permitan tener un producto bien diferenciado y competitivo. No manejan procesos de seguimiento postventa, no hay gestión comercial para adquirir nuevos clientes, tampoco manejan ofertas ni reconocimiento a los clientes fieles y en definitiva no tienen una propuesta de valor que les permita posicionarse.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Pese a todo esto, no todos son debilidades. Factores como el proceso o metodología para la fijación de los precios de venta de los productos, son fuertes derivados de las capacitaciones previas. Sin embargo, la manera de calculo requiere de algunos ajustes, pero en general el costo de todos sus productos esta muy bien definido, aunque en la actualidad no manejan una lista de precios y no saben como

establecer el precio de sus productos en moneda extranjera.

Finalmente, el diagnostico permitió evidenciar factores que deben ser trabajados como lo es el manejo de una base de datos de clientes dado que son un grupo que ha venido participando activamente en diversos eventos comerciales tales como Expoartesano, el Encuentro Regional de Neiva y próximamente la feria de Bogotá durante la vigencia 2018. Y a pesar de esto no ha dado un buen tratamiento a los datos de estos clientes potenciales



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Ya conociendo estas situaciones, uno de los puntos que se ha trabajado en la comunidad es el tratamiento, identificación y gestión de clientes a través de un proceso de ventas. Las actividades de Roll Play en talleres y la participación reciente en eventos a fortalecido en cierta medida las habilidades de algunos artesanos y les ha permitido estructurar su discurso de ventas.

Otro avance importante es la creación de una FanPage de la comunidad la cual ha venido alimentándose periódicamente a través de las diversas actividades que se realizan como el trabajo con los semilleros. Así mismo en un trabajo conjunto con la comunidad se revisaron una serie de estrategias en torno a la diversificación de los canales de comercialización y de diferenciación que serán un aporte importante para el montaje del plan de mercadeo focalizado y que arrojo aportes importantes como la posibilidad de publicitar gratuitamente los productos y la asociación a través de la radio del ejercito



Finalmente se logró crear una lista de precios solida con los productos principales actuales y los desarrollos nuevos del componente de diseño, así como la realización de un pequeño ajuste a la manera de calculo de consumo de materia prima en los productos según el tipo de producto. De la misma manera el grupo aprendió a manejar las divisas para calcular el precio de venta de sus

productos y se logro crear una base de datos de clientes inicial con base a los datos recolectados en los eventos a los cuales han asistido recientemente