



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



Resguardo Uitoto Ismuina- Solano

| | | | |
|----------------------|----------------|-------------------|--------|
| Comunidad: | Ismuina Solano | Etnia: | Uitoto |
| Departamento: | Caquetá | Municipio: | Solano |

| | | | |
|-------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------|
| Asesor(a): | Carlos Andrés Giraldo Herreño | Artesano Líder: | Yuri Tatiana Ordoñez |
|-------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------|



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





| | | | |
|----------------|-----------------|---------------------------|------------------|
| Oficio: | Cestería | Técnica Utilizada: | Tejeduría |
|----------------|-----------------|---------------------------|------------------|

1. Situación identificada:

La comunidad Ismuina Solano de la etnia Uitoto. Es una comunidad muy competitiva por



la calidad de sus productos y la técnica de sus artesanos. Pero resalta que en la actualidad no manejan ningún tipo de medio de venta o contacto con el cliente de manera física o virtual. Y el proceso de ventas, no es nada sólido. dado que los artesanos sienten que les

falta aún fortalecer un poco más el tema de ofrecimiento, retención, persuasión cierre de ventas y demás aspectos relevantes dentro de un proceso de ventas, dado que a muchos les da pena ofrecer o no manejan un discurso de ventas sólido

se observa que la comunidad no maneja ningún tipo de vitrina o medio de comercialización virtual en concreto. Así como un medio de comunicación virtual con sus clientes. Para tal caso se aborda con la comunidad el tema de las redes sociales y su importancia dentro del desarrollo de la actividad comercial y cultural que lleva a cabo, así como la imagen de marca que esta construyendo la asociación que están constituyendo actualmente.

Por otra parte, se observa que la comunidad ya viene manejando una metodología para el establecimiento del precio de venta de sus productos, considerando la metodología empleada por el proyecto

Hay que mencionar, además, que la comunidad no presenta una diversificación en sus canales de comercialización y a pesar de que ya se ha madurado en diversos aspectos





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



productivos. La parte de mercadeo y fortalecimiento de la propuesta de valor de los productos aún está muy básica.

2. Objetivo(s):

- ✓ Capacitar al grupo en todo lo referente al proceso de ventas
- ✓ Diagnosticar fortalezas y debilidades de los integrantes del grupo en la venta de un producto
- ✓ Realizar una clínica de ventas para fortalecer en los artesanos sus habilidades en ventas
- ✓ Concientizar a la comunidad sobre la importancia que posee el manejo de medios digitales de venta y comunicación con actuales y potenciales clientes
- ✓ Capacitar a la comunidad en la creación y actualización constante de una página de Facebook de la asociación donde se publiciten sus productos y las actividades y logros de la comunidad
- ✓ Reforzar con la comunidad el proceso de fijación de precios de sus productos
- ✓ Capacitar a la comunidad sobre los conceptos básicos de los canales de comercialización y estrategias de mercadeo



- ✓ Definir el conjunto de estrategias de diferenciación mas aptas para la comunidad que irán en el plan de mercadeo focalizado

- ✓ Capacitar a la comunidad sobre el manejo de las divisas e identificación de billetes falsos

- ✓ Concientizar y construir con la comunidad una base de datos de clientes

potenciales



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



3. Desarrollo:

Por medio de las capacitaciones realizadas, la comunidad ha podido reforzar temas en el eje de comercialización y mercadeo como costeo de productos, técnicas y habilidades de ventas y la creación de una FanPage en Facebook para la promoción y comercialización de sus productos en medios digitales. La definición de las estrategias de diferenciación de sus productos y la comprensión de los conceptos de divisas para la fijación en moneda extranjera del precio de sus productos, así como la identificación de billetes falsos

Implementación realizada



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





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



Al realizar un diagnóstico inicial de la presencia del grupo en entornos digitales (Redes sociales, blogs, pagina web) los artesanos manifiestan que no poseen ninguno de estos medios. Y manifiestan que no saben cómo hacerlo.

Por otro lado, en cuanto a la gestión de ventas, Aunque varios demuestran cierto temor a la hora de tener contacto con el cliente. Logran entender la dinámica del taller y comprenden a la perfección el tema. Se hacen roll plays mientras se presenta el tema y se cuenta con la participación de buena parte del grupo.

En cuanto al tema de costeo de productos, ya se observa un avance en la manera en que el grupo esta realizando la fijación y estimación de los precios de ventas, puesto que ya manejan la mayor parte de los conceptos de la metodología de la fijación de precios.



Otro aspecto que también se evidencio, y que se ha venido trabajando ha sido la diversificación de los canales de comercialización. Por lo general los productos de la comunidad, han sido comercializados por la voz a voz y por los clientes obtenidos a través de ventas y eventos comerciales; y sus productos a pesar de tener un alto nivel de calidad, aun no tiene un valor agregado fortalecido ni un conjunto de estrategias que permitan posicionarlo y fortalecerlo

Durante el desarrollo de dichas capacitaciones, tanto de redes sociales como de técnicas de ventas, costeo de producto, canales de comercialización y divisas; se ha logrado primero que todo construir una lista de precios de los





productos que más se comercializan actualmente y con precios acordes al mercado y a la realidad de la comunidad. A través de esta capacitación se realizaron algunos ajustes en la medición de materias primas y se reforzaron



los conceptos básicos como mano de obra, costos indirectos o utilidad

Así mismo se creó una FanPage en Facebook asignando una responsable para su administración por medio de la cual se han empezado a realizar publicaciones periódicas de los productos y las

actividades que se vienen llevando a cabo en la comunidad. Abarcando además de la mecánica de creación y actualización de la FanPage en Facebook, conceptos como que es una red social, la relevancia en los mercados y la dinámica de gestión comercial y de ventas a través de una red social y su influencia en los resultados comerciales de la comunidad

Por otro lado, la gestión comercial de ventas también se fortaleció por medio del taller en el cual se realizaron ejercicios prácticos, roll plays y estudios de caso por medio de los cuales se simuló una feria y se midieron las habilidades de cada uno de los artesanos. Resaltando conceptos como la tipología de los clientes o el desarrollo y cierre de una venta. Haciendo énfasis en la proactividad que deben tener al momento de ejecutar una venta para tener un cliente satisfecho





En relación con el tema de canales de comercialización y divisas. También se logró un buen avance. Puesto que se logró definir con la comunidad un conjunto de estrategias de diferenciación contextualizadas a la comunidad y al producto que se acomodan a lo que necesitan y pueden alcanzar y realizar. Y el tema de divisas también permitió a las artesanas comprender el funcionamiento de las divisas y como estimar el precio de venta en moneda extranjera de sus productos y como punto

adicional identificar billetes legítimos y falsos a través de la metodología aplicada por el Banco de la Republica



Finalmente se abarca con la comunidad el tema de agenda de clientes y lo significativa que sería una base de datos de clientes para la gestión comercial de la comunidad. Se debate con ellos sobre el tema y se construye una base de datos inicial con los datos más importantes de los clientes

de la feria de Neiva y los clientes propios. Así mismo se les recomienda tomar esta información en la feria de Expoartesanas en la ciudad de Bogotá en el mes de diciembre

Taller de Redes Sociales

Para la realización de este taller primeramente se explica el tema de manera participativa. Se exponen los puntos más importantes y la relevancia de manejar este tipo de medios de difusión y comunicación digitales y posteriormente se realiza una instrucción para la creación de la FanPage con la encargada y los demás artesanos.

Taller de Técnicas de Ventas





Para el desarrollo del taller de técnicas de ventas, se hizo uso de varios ejercicios prácticos como Roll Plays y ejemplos prácticos, se abarcaron conceptos como la tipología de los clientes apoyada por ejemplos, técnicas de manejo de estos clientes, como crear un discurso de ventas y el cierre de

ventas. Al finalizar la capacitación se realizó un ejercicio práctico con 4 grupos, cada grupo manejo un producto y se hizo el ejercicio de ventas con cada grupo.

Taller de Fijación de Precios

Para el taller de fijación de precios, se hizo un sondeo inicial del manejo actual que están llevando para el cálculo y fijación de precios de sus productos. Puesto que a través de talleres pasados ya se había trabajado el tema con ellos, que permite observar que su dominio del tema es más completo y manejan a



la perfección conceptos como materias primas, mano de obra, costos indirectos y vienen aplicándolo para todos sus productos.



Llevan un registro detallado de los precios manejados para cada producto de cada artesano el cual es manejado por la artesana Nancy Vargas. Todo esto dio espacio para realizar en conjunto un pequeño ajuste en la gestión de la materia prima para los productos y con ello la creación de una lista de precios.

Taller de Canales de Comercialización y Estrategias de Diferenciación





La aplicación de este taller se inició con una actividad dinámica a través de la cual se dividió el grupo en general en dos grupos más pequeños, se les entregó una serie de materiales (Cartulina, tijeras, pegante, marcadores, lápices y otros más) y se les pidió que diseñaran el producto que quisieran. Se les pidió que después

de esto, le crearan un nombre, un slogan, un perfil de cliente un canal de comercialización y que hicieran la presentación. Todo esto se tomó como base para hacer la presentación del tema de canales de comercialización y estrategias de diferenciación, así como la segmentación de mercado y la definición del cliente objetivo, que a su vez permitieron la definición de las estrategias de diferenciación del grupo. Al finalizar la actividad se logró una participación completa del grupo y hacer una actividad completamente dinámica

Taller de Divisas y Fijación de Precios

A través de este taller se explicó a la comunidad los conceptos básicos de divisas y tasas de cambio, su proceso de variación y su metodología de cambio. Así como la manera en que determina el precio de un producto en alguna divisa determinada todo esto apoyado de diversos ejemplos



y ejercicios con los productos de la comunidad. Posteriormente se les explica la metodología aplicada por el Banco de la Republica para la identificación de billetes falsos (Mire, toque, levante, gire y compruebe) para billetes antiguos y nuevos y se les facilita un marcador para la identificación de billetes falsos





| | |
|----------------------------|---|
| | <p>Taller de Agenda de Clientes</p>  <p>La aplicación del taller sobre la agenda de clientes permitió destacar la importancia de consolidar y construir una base de datos con la información más importante de los clientes que tiene la comunidad y de su recolección de estos datos a través de los diferentes eventos a los que asisten. Por medio de las ventas.</p> <p>Se logro constituir una pequeña base para comenzar con los datos de los clientes del Encuentro Regional de Neiva y ventas propias de la comunidad y la comunidad se compromete a aplicar estas acciones en la próxima feria de Expoartesanas en la ciudad de Bogotá</p> |
| <p>Acciones Realizadas</p> | <p>Durante la ejecución de las actividades referentes al componente de comercialización y mercadeo. Se realizaron diversas actividades. Juegos de roles, debates, estudios de casos y ejercicios en grupos con dinámicas y resolución de problemas</p> <p>Todo este conjunto de acciones se facilitación bastante por la disposición y flexibilidad del grupo para trabajar las diferentes actividades. Así mismo dichas actitudes permitieron reforzar conceptos como costeo de productos y fortalecer otros como la gestión de ventas, generación de valor agregado para los productos y la generación de alternativas para la comercialización de los productos</p> |

4. Logros:





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



- ✓ Capacidad del grupo para la identificación de los diferentes aspectos que se revisan al momento de identificar un billete falso
- ✓ Determinar el precio de un producto en una divisa determinada
- ✓ Fortalecimiento de las habilidades y apropiaciones de conceptos por parte del grupo con respecto al proceso de fijación de precios
- ✓ Creación de una base de datos de clientes potenciales de la comunidad
- ✓ La creación de una FanPage del grupo de artesanos de Ismuina Solano como medio para publicitar sus productos y como medio de comunicación para con sus clientes actuales y nuevos



A continuación, se anexa el enlace de la FanPage



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



https://www.facebook.com/Canastodelaabundancia/?modal=admin_todo_tour

- ✓ Fortalecimiento de la gestión de ventas de los artesanos que les será de mucha utilidad en su participación en eventos
- ✓ Creación de una lista de precios de los productos de la comunidad

5. Dificultades:

En términos generales la única dificultad que se ha presentado fue la falta de comunicación por parte de la artesana líder con el asesor y los artesanos, lo que generó una inasistencia de los artesanos, pero en general el grupo siempre ha tenido la disposición para participar en las capacitaciones

6. Compromisos:

- ✓ Publicar continuamente las fotos de sus productos, y de las diversas actividades y eventos de la comunidad y el grupo
- ✓ Aplicación de la metodología de estimación de precios para la estimación del precio de venta de los productos que se lancen próximamente
- ✓ Uso de la metodología de conversión de divisas para llevar los productos con precios en moneda extranjera a las ferias regionales y nacionales

| | |
|-------------------|-------------------------------|
| NOMBRE DE ASESOR: | Carlos Andres Giraldo Herreño |
|-------------------|-------------------------------|



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

