



**GOBIERNO
DE COLOMBIA**



MINCIT



**PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA
LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS,
AFROCOLOMBIANAS, RAIZALES Y PALANQUERAS –NARP DE LAS
COMUNIDADES ÉTNICAS ASIGNADAS EN LA REGIÓN SUR ANDINA, EN EL
DEPARTAMENTO DE PUTUMAYO, EN EL MARCO DEL CONVENIO
INTERADMINISTRATIVO NO. 285 DE 2018, SUSCRITO ENTRE – MINISTERIO
DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.**

**ASESORIA COMERCIAL CABILDO KAMËNTSÁ BIYA DE MOCOA- GRUPO
ARTESANAL KAMOC**

ÁNGELA VIVIANA GONZÁLEZ RODRÍGUEZ
Asesora de Fortalecimiento Empresarial y Comercial

Bogotá D.C 2018



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



INTRODUCCIÓN

El siguiente documento pretende mostrar las actividades que se realizaron en el grupo artesanal Kamoc, pertenecientes al Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa, en el tiempo comprendido desde el mes de julio hasta el mes de noviembre del año 2018, dentro de los componentes del eje de comercialización y mercadeo y formalización empresarial, el cual el grupo conto con el beneficio de la segunda fase, caracterizándose como un grupo de seguimiento para la actual vigencia, dentro del programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para los pueblos Indígenas y Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palanqueras –NARP de las comunidades étnicas en el marco del convenio interadministrativo no. 285 de 2018, suscrito entre – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia S.A, cuyo objetivo se compone inicialmente en analizar dimensiones de la producción artesanal indígena destinada a la comercialización, posterior a ello y junto con un equipo interdisciplinario se pretende realizar un proceso de intervención integral que le permita al artesano líder y a todos los artesanos de esta importante comunidad aprender habilidades y destrezas que les permitan tener éxito en el desarrollo de esta actividad económica, la cual más que un sustento de vida es una trasmisión de saberes, de cultura e identidad *“la cultura como recurso”*.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer las actividades desarrolladas en los componentes de los ejes de formalización empresarial y comercialización y mercadeo para el grupo artesanal Kamoc, pertenecientes al Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa, durante el tiempo comprendido de julio a noviembre del año en curso, en marco del programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para los pueblos indígenas y comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palanqueras –NARP de las comunidades étnicas asignadas en la región sur andina, en el departamento de Putumayo, específicamente para el municipio de Mocoa, en marco del convenio interadministrativo no. 285 de 2018, suscrito entre – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia S.A.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Visitar a la comunidad en las fechas programadas para la realización de las diversas asesorías y talleres.
- ✚ Realizar las respectivas asesorías en marco del eje para la formalización empresarial, correspondiente a los temas de:
 - ✓ Taller de registro contable.
 - ✓ Formalización empresarial, requisito para la competitividad.
 - ✓ Taller manejo de inventarios.
 - ✓ Taller fondo comunitario.
- ✚ Realizar las respectivas asesorías en marco del eje de comercialización y mercadeo en los temas de:
 - ✓ Taller técnica y habilidades en ventas.
 - ✓ Taller costos de producción.
 - ✓ Taller agenda de clientes.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✓ Taller gestión y control de la materia prima.
 - ✓ Estrategias y canales de comercialización.
 - ✓ Redes sociales, una herramienta de ventas.
- ✚ Llevar a cabo actividades que permitan la fácil interacción y comprensión de los temas propuestos para cada asesoría.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES:

A continuación se da a conocer el desarrollo de cada una de las actividades desglosadas en cada uno de los ejes de formalización y comercialización y mercadeo, con el fin de llevar a cabo el objetivo propuesto dentro del programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para los pueblos indígenas y comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palanqueras – NARP de las comunidades étnicas asignadas en la región sur andina, en el departamento de Putumayo, específicamente para el municipio de Mocoa, con el grupo artesanal Kamoc, pertenecientes al Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa, en marco del convenio interadministrativo no. 285 de 2018, suscrito entre – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia S.A.

En este orden de ideas, se describe a continuación las actividades que se llevaron a cabo en la comunidad:

MES 1

VISITA 1

REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TECNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADERO



Situación identificada:

El Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa se encuentra ubicada en el casco urbano de



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



la ciudad de Mocoa y tiene un resguardo en la vereda de Villa Nueva, a unos 40 minutos caminando y 15 minutos en carro desde el centro de la ciudad ubicado en la vereda Planadas del municipio de Mocoa, es un grupo que se encuentra en proceso de seguimiento dentro de la vigencia 2018.

Durante los días 2 de julio y 11 de julio de 2018, se inició con la implementación de los ejes temáticos a trabajar con la asesora comercial desde el componente Gestión para la formalización empresarial y el eje de comercialización y mercadeo.



La comunidad demuestra su alto nivel de compromiso y disposición de aprender las herramientas comerciales necesarias, las cuales garantizaran su avance en los diferentes ejes temáticos que se evidenciaran a lo largo de las vistas en la comunidad, de igual forma el grupo cuenta con una imagen Corporativa que lo identifica “KAMOC”, la cual la han utilizado como etiquetas en cada uno de sus productos.

Hay debilidades en la fijación de precios y de dará conocer los atributos culturales que posee los productos de la comunidad, factores importantes a la hora de vender, para fortalecer un poco el proceso se realizó durante la visita del 11 de julio un taller de habilidades comerciales, para explicar todos los aspectos importantes a la hora de estar en un evento comercial.

Objetivo(s):

- ✚ Desarrollar las habilidades comerciales de los integrantes de la comunidad a través de la realización del taller de habilidades en ventas.

Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en el barrio José Homero, se realiza la simulación de un evento ferial dentro de la comunidad, donde se pide a cada uno de los asistentes que ubiquen sus productos en la mesa y cada persona realice la actividad de vender su producto, lo anterior se hace con el ánimo de identificar las habilidades que poseen los miembros del grupo respecto a la venta.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



1. TALLER TECNICA Y HABILIDADES EN VENTAS

Inicialmente se realizó la actividad del evento ferial, una vez expuesto los productos de los miembros de la comunidad se solicitaba que pasara al frente dos personas que vendan y dos compradores, en la actividad se evidencio que algunas personas manejan muy bien el tema de dirigirse al público y de hablar con propiedad de lo que vende, también se simulo que alguien se “sustraía” algunos productos, lo anterior con el objetivo de que las personas conozcan que en algunas ocasiones puede generarse esta situación y se debe estar alerta.

Continuando el proceso se explica a la comunidad:

- ✚ ¿Qué son las ventas?
- ✚ Cuáles son los tipos de clientes que se pueden presentar y como identificarlos y que conducta se debe tener a la tratarlos, por ejemplo: Conversador, callado, indeciso, agresivo, arrogante,
- ✚ Como se debe construir el discurso de ventas
- ✚ La importancia de conocer muy bien todas las características del producto, aspectos positivos y negativos.
Como realizar un cierre de ventas

Logros:

Generar confianza entre los miembros de la comunidad, resaltando que no tan solo debemos quedarnos en el proceso de elaboración de los materiales si no se incursionar un poco más respecto al ser comercial que llevamos dentro, esta labor debe ser para todos y cada uno de los miembros

Dificultades:

Algunos miembros no querían participar por timidez, pero se logró que participaran de la actividad y se evidencio que algunos de los miembros no poseen conocimiento de su identidad o cultura el cual debe ir impregnado en cada uno de los productos que se elabora y poseen debilidades en el proceso de fijación de precios.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



DE



REGISTRO



IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

Situación identificada:

El Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa se encuentra queda ubicado en el casco urbano de la ciudad de Mocoa y tiene un resguardo en la vereda de Villa Nueva, a unos 40 minutos caminando y 15 minutos en carro desde el centro de la ciudad ubicado en la vereda Planadas del municipio de Mocoa, es un grupo que se encuentra en proceso de seguimiento dentro de la vigencia 2018.

Durante los días 2 de julio y 11 de julio de 2018, se inició con la implementación de los ejes temáticos a trabajar con la asesora comercial desde el componente Gestión para la formalización empresarial y el eje de comercialización y mercadeo.

La comunidad demuestra su alto nivel de compromiso y disposición de aprender las herramientas comerciales necesarias, las cuales garantizaran su avance en los diferentes ejes temáticos que se evidenciaran a lo largo de las vistas en la comunidad, de igual forma el grupo cuenta con una imagen Corporativa que lo identifica “KAMOC”, la cual la han utilizado como etiquetas en cada uno de sus productos.

Hay debilidades en la fijación de precios y de dará conocer los atributos culturales que posee los productos de la comunidad, factores importantes a la hora de vender, para fortalecer un poco el proceso se realizó durante la visita se realizan los talleres de



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



registro contable y formalización empresarial en marco del eje de formalización empresarial

Objetivo(s):

- ✚ Realizar asesoría respecto al manejo del libro diario.
- ✚ Realizar asesoría respecto a la importancia de la Formalización Empresarial.

Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en el barrio san José de Homero, la visita a la comunidad se efectuó en las fechas de 2 y 11 de julio del año en curso, donde se inicia con la asesoría en el manejo del registro contable y la importancia de la formalización empresarial.

1. TALLER REGISTRO CONTABLE

Se da a conocer a la comunidad la importancia de llevar el registro contable, inicialmente se explica en que consiste el registro contable el cual es la anotación que se realiza en un libro de contabilidad para registrar un movimiento económico (Entrada y salida de dinero), cada nuevo registro contable implica un movimiento de recursos que se registra en el Debe (la salida) o el Haber (el ingreso).

Se da a conocer cómo se debe registrar el libro diario, en que consiste y cuáles son sus beneficios.

Para comprender un poco mejor se realiza un ejercicio práctico;

- ✚ El 10 de junio de 2018 se realiza una consignación en Bancolombia con el recibo #05 por \$500.000
- ✚ El 11 de junio de 2018 se recibe una consignación en banco agrario con el recibo #06 por \$1.300.000

GRUPO DE ARTESANOS KAMOC				
LIBRO DIARIO				
31 DE JUNIO 2018				
FECHA	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA	DEBE (salidas)	HABER (entradas)



10/06/2018	Consignación n 05	cajas	500.000	
		bancos		500.000
11/06/2018	Consignación n 06	Mercancías	1.300.000	
		Bancos		1.300.000

Se explica de igual forma la importancia de llevar el registro de forma ordenada y cronológica, que siempre se tengan los respectivos soportes de compras de materiales e insumos, entre otros como también las respectivas consignaciones, esto con el ánimo de evaluar mes a mes el comportamiento de flujo de dinero para el grupo ALPA MAMA, si se generan utilidades o pérdidas.

2. FORMALIZACION EMPRESARIAL

Durante la visita la asesora da a conocer la importancia de la formalización empresarial como enfoque competitivo, dando a conocer los beneficios, deberes y requisitos que se deben tener en cuenta a la hora de iniciar con este respectivo proceso.

BENEFICIOS DE LA FORMALIZACION:

- ✚ Generar visibilidad del grupo de artesanos ALPA MAMA, ya que con el registro mercantil se otorga identificación a nuestra actividad económica.
- ✚ Credibilidad hacia los proveedores y clientes
- ✚ Facilidad para acceder a créditos financieros

- ✚ Oportunidad de participar en ruedas de negocios o actividades que le permite un crecimiento comercial.
- ✚ Llegar a mercados internacionales
- ✚ Facilidad de adquirir apoyo de instituciones

DEBERES

- ✚ Renovar de forma oportuna durante los 3 primeros meses de cada año.
- ✚ Registrar libros, actas y estatutos de conformación de acuerdo con la personería jurídica.
- ✚ Tener claro la actividad económica a desarrollar



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✚ Informar cualquier novedad como cambio de Domicio o datos básicos.

TIPOS DE PERSONERIA JURIDICA

Se explica que existen 2 grupos macro de tipo de personería jurídica las entidades con y sin ánimo de lucro.

Por ánimo de lucro se entiende: que la vocación al reparto de utilidades o dividendos generados en el desarrollo del objeto social de la empresa entre sus socios, son las denominadas como comerciales y unipersonales, por ejemplo: Sociedad por acciones simplificada - SAS, sociedad Anónima – S.A. Sociedad en comandita simple, entre otras

Sin ánimo de lucro se entiende: también denominadas ESALES, en esta figura las utilidades se vuelven a invertir en el objeto social por el cual fue creada, por ejemplo: fundaciones, cooperativas, asociaciones.

De acuerdo con lo anterior se explica a profundidad el proceso respecto a las entidades sin ánimo de lucro:

Requisitos generales art. 40

Decreto Ley 2150 de 1995

ARTÍCULO 40. SUPRESIÓN DEL RECONOCIMIENTO DE PERSONERÍAS JURÍDICAS. Suprímase el acto de reconocimiento de personaría jurídica de las organizaciones civiles, las corporaciones, las fundaciones, las juntas de acción comunal y de las demás entidades privadas sin ánimo de lucro.

Para la obtención de su personalidad, dichas entidades se constituirán por escritura pública o documento privado reconocido en el cual se expresará, cuando menos, lo siguiente:



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



1. El nombre, identificación y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.
2. El nombre.
3. La clase de persona jurídica.
4. El objeto.
5. El patrimonio y la forma de hacer los aportes.
6. La forma de administración con indicación de las atribuciones y facultades de quien tenga a su cargo la administración y representación legal.
7. La periodicidad de las reuniones ordinarias y los casos en los cuales habrá de convocarse a reuniones extraordinarias.
8. La duración precisa de la entidad y las causales de disolución.
9. La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la Corporación, Fundación o asociación Las facultades y obligaciones del Revisor Fiscal, si es del caso.
10. Nombre e identificación de los administradores y representantes legales.



De acuerdo con lo anterior se da a conocer a la comunidad la disposición de acompañar en este importante proceso por parte de la asesora comercial, respecto al proceso de realizar de forma conjunta los respectivos estatutos y actas de conformación en caso que la comunidad desee dar este paso, de acuerdo a lo que manifiesta la artesana líder consideran que lo van a evaluar, ya discurren en que la comunidad no cuenta con un nivel de madurez que se requiere ya que se debe contar con el compromiso de todas las personas que pertenecen al grupo, debido a que se deben designar unas funciones y roles específicas en esta conformación.

Logros:

- ✚ Dar a conocer la importancia del diligenciamiento del libro contable y de la formalidad empresarial.
- ✚ Se ve el interés de la comunidad en el de iniciar su proceso de formalización empresarial, donde se les acompañara en el proceso, de elaboración de actas y constitución de esta.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✚ En este primer componente se logró gestionar ante la DIAN el trámite del RUT para la artesana líder, mediante poder para realizar el respectivo trámite.

Dificultades:

Algunas personas se les dificulta la elaboración de operaciones básicas

Compromisos:

Llevar a cabo el diligenciamiento del libro diario por parte de la señora FLOR DELIA PUJIMUY SANTACRUZ, Artesana Líder identificada con cedula de Ciudadanía N 41.182.926, el cual se le recomienda que este lleve todos los soportes organizados en una AZ o carpeta ordenados cronológicamente, en caso de contar con un soporte de recibo de caja se le saque a este una fotocopia ya que esta tiende a borrarse, se especifica que este libro será objeto de constante revisión y seguimiento.

MES 2

VISITA 2

REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO

Situación identificada:

En las fechas de 16 y 17 de agosto del año en curso se realizó las visitas a la comunidad con el ánimo de continuar con el proceso de implementación comercial y de mercadeo, para esta ocasión se inicia con los talleres de inventarios, creación de cuenta en Facebook, costos de producción, también se da a conocer los formatos que se deben tener en cuenta a la hora de participar en eventos feriales como son los que se manejan al interior del agendamiento o manejo de clientes con el ánimo de preparar a la comunidad para futuras ferias.

Objetivo(s):

- ✚ Realizar asesoría en el manejo de los costos de producción.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✚ Realizar asesoría en los precios de venta de los productos.
- ✚ Taller agendamiento de clientes
- ✚ Inicio al manejo de redes sociales

Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en el barrio José Homero, el grupo muestra alta disposición a aprender y aplicar los conocimientos adquiridos en cada uno de sus procesos

1. TALLER COSTOS DE PRODUCCION

Durante la visita en la comunidad se socializa la importancia de conocer lo que cuesta producir un determinado producto, ya que a partir de ello se puede establecer el precio de venta al público, para ello se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✚ Costos directos de fabricación: aquellos gastos que incurren de forma directa en la elaboración del producto, por ejemplo: materia prima, mano de obra.
- ✚ Costos indirectos: aquellos gastos que se requieren y no influyen de forma directa en el proceso de producción, pero se requieren para llevar a cabo el proceso de producción, por ejemplo: los servicios públicos, empaques en el caso de que se requieran.
- ✚ tiempo de producción: aquel que se estima en la elaboración del producto.

Para comprender la explicación se realiza un ejercicio práctico utilizando el formato de simulador de costo dinámico, tomado como ejemplo un producto que elabora la comunidad collar gualca de flores Sacha elaborada con chaquira.

De acuerdo con lo expresado en el simulador de costo dinámico se observa que:

- ✓ la inversión en materia prima es de \$1.000
- ✓ el costo de mano de obra es de \$52.082
- ✓ costos indirectos de fabricación \$633
- ✓ el costo de venta del producto es de \$53.716
- ✓ el precio de venta del producto es de \$63.195 (15% de utilidad)
- ✓ si se lo vende en dólares tendría un precio de venta de US 23, suponiendo que para la fecha el dólar este en las tasas de cambio en \$ 2800.



GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



- ✓ Se estima también un precio de venta con diseño especializado, en este caso se obtendría un 25% respecto al precio de venta del producto.

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS INDIGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS, AFROCOLOMBIANAS, RAIZALES Y PALENQUERAS NARP			
SIMULADOR COSTOS UNITARIOS ESTANDAR			
FOTO PRODUCTO	NOMBRE PRODUCTO	DIMENSIONES	REFERENCIA COMERCIAL
	COLLAR GUALCA CON FLORES	50CM*4CM	CG-FLORES
COSTO DE MATERIA PRIMA (MP)			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD DE GRAMOS REQUERIDOS	VALOR * GRAMO UTILIZADO	VALOR TOTAL MATERIA PRIMA
CHAQUIRA	100	\$ 10	\$ 1.000
		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -
TOTAL COSTO DE MATERIA PRIMA			\$ 1.000
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (MO)			
CANTIDAD HORAS DE PRODUCCION POR PRODUCTO	VALOR HORAS DE PRODUCCIÓN (SALARIO MINIMO / 30 DÍAS)		VALOR TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA
2	\$ 26.041		\$ 52.083
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA			\$ 52.082,80
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
RECURSO REQUERIDO	VALOR DÍA DEL RECURSO REQUERIDO	CANTIDAD DE DIAS DE PRODUCCION POR PRODUCTO	VALOR TOTAL C.I.F
SERVICIOS	10000	30	\$ 333
EMPAQUE	300	1	\$ 300
TOTAL C.I.F			\$ 633
COSTO DE VENTA DE PRODUCTO (MP + MO + CIF)			\$ 53.716
PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO $PV = CV / (1 - \% UTILIDAD)$			\$ 63.195
TASA DEL DÓLAR	\$ 2.800	PRECIO DE VENTA EN DOLARES	\$ 23
% DE UTILIDAD	15%	VALOR UTILIDAD (PV - CV)	\$ 9.479
DESCUENTO MINIMO DEL PRODUCTO (PV * % DESC. MIN)	\$ 6.320	PRECIO DE VENTA MINIMO	\$ 56.876
CUANDO SEA NECESARIO			
SOBRE COSTO POR DISEÑO ESPECIALIZADO (PV * % DIS.ESP)	\$ 15.799	PRECIO DE VENTA CON DISEÑO ESPECIALIZADO	\$ 78.994

2. TALLER DE AGENDA DE CLIENTES

Durante la visita también se da a conocer los siguientes formatos de agenda de clientes:

- ✓ Identificación de clientes
- ✓ resultados de ventas diarias
- ✓ consolidado de ventas
- ✓ citas de negocio



3. CREACION DE LA CUENTA EN FACEBOOK

Para esta sección se habló ante la comunidad la importancia del aprovechamiento de las herramientas tecnológías en especial las plataformas sociales que hoy por hoy mueven masas.

En este orden de ideas se habla de la importancia de manejar la red social Facebook, por lo cual se designa una persona responsable en el manejo de la red social, en este caso lo realizará Erika Torres, miembro de la comunidad.

Logros:

- ✚ Dar a conocer los procesos de costeo de algunos productos de la comunidad
- ✚ Concienciar los precios finales de los productos
- ✚ Conocer formatos para la feria
- ✚ Crear una cuenta en Facebook



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

Situación identificada:

En las fechas de 16 y 17 de agosto del año en curso se realizó las visitas a la comunidad con el ánimo de continuar con el proceso de registro implementación de formalización empresarial, para esta ocasión se inicia con los talleres de inventarios, y seguimiento respecto al diligenciamiento del libro diario como también al proceso de formalización empresarial.

De igual forma se solicita a la comunidad cual ha sido la decisión respecto al proceso de formalización, si han decidido o no en realizar el proceso, para ello la comunidad ha decidido que no realizara el proceso de formalización empresarial, es decir no están interesados por el momento en realizar este proceso, ya que consideran que el grupo debe contar con un mayor nivel de madurez y compromiso por parte de los miembros de la comunidad, para dar este importante paso.

Objetivo(s):

- ✚ Realizar seguimiento al manejo del libro diario
- ✚ Realizar seguimiento al proceso de Formalización Empresarial
- ✚ Realizar el taller de inventarios.

Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad, el grupo muestra alta disposición a aprender y aplicar los conocimientos adquiridos en cada uno de sus procesos

1. TALLER DE MANEJO DE INVENTARIO

Dentro del componente del eje de formalización empresarial se asesora a la comunidad respecto a la importancia de llevar el registro escrito de los productos que la comunidad elabora ya que esto permitirá tener una organización acertada de los productos que se comercializan, este registro se caracteriza por agrupar los productos de acuerdo con sus cualidades físicas, cantidad, y precio.

Contenidos mínimos del inventario de producto:



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✚ Nombre del responsable de los productos
- ✚ Fecha en la que se realiza el inventario.
- ✚ Referencia del producto (si se cuenta con ella).
- ✚ Nombre o descripción de las cualidades del producto que lo diferencia de los demás.
- ✚ Cantidad de productos con características similares.
- ✚ Precio de cada uno de los productos.

se da a conocer de igual forma el formato que maneja artesanías de Colombia dentro del proyecto, para llevar el registro del inventario de producto, para su mayor comprensión, se realiza un ejercicio práctico, donde se le pide a la comunidad que se va a registrar en el inventario algunos productos por lo cual se solicita que se les de referencia y estos se diligencien en el formato, explicando quien es el propietario del producto, describir el producto, como su valor unitario y el total.



En el ejercicio se explica varios momentos que se deben tener en cuenta para la comunidad, el proceso de realizar un inventario inicial, por ejemplo, si la comunidad va a participar de un evento ferial realiza un inventario inicial, posterior a ello y una vez terminado el evento ferial se registra un inventario final donde se dispone el registro de lo que queda después de dicho evento.

En el ejercicio también se realizó ejemplos con tipo de cambio de moneda, es decir al momento de hacer inventario para un evento ferial se debe tener en cuenta para que zona se va a participar, si la zona posee una moneda diferente al peso y como se debe hacer la conversión a dólares el cual aplica para el ejemplo.

Se supone que el dólar está en un precio de \$2.800 pesos en las casas de cambio, por lo cual se explica que se debe dividir el valor del precio del producto colombiano entre el valor del precio del dólar, es decir, por ejemplo, si un determinado producto cuesta \$42.000 pesos, este se debe dividir entre \$2.800 pesos que es el valor del dólar, por lo cual dará un valor de \$15 USD dólares.

Logros:



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Dar a conocer la importancia de llevar de forma clara y ordenada el inventario de los productos de la comunidad.

Dificultades:

- ✚ En el ejercicio de la tasa de cambio, se dificultó en un inicio el comprender el cambio de moneda, pero después de varios ejemplos fue entendible el proceso.
- ✚ Durante la visita se definió el proceso de formalización empresarial, para lo cual la comunidad ha decidido en no efectuar este paso, consideran que deben realizarse las consultas internas que se requieren ante la autoridad (gobernador), consideran que esta decisión dividirá al grupo artesanal del cabildo, lo cual la asesora explicó el respectivo proceso, sin embargo, consideran que para esta vigencia no lo realizarán.



MES 3

VISITA 3

REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEREO

Situación identificada:

El pasado 1 de septiembre se programó la visita con la comunidad del Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa con el objetivo de iniciar las asesorías en los temas de



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Gestión y Control de Materia Prima y como identificar las estrategias de canales de comercialización, lo anterior con el ánimo de iniciar con la construcción del documento del plan de mercadeo focalizado para la comunidad.

La comunidad no formo parte del grupo de artesanos que representaron al departamento en el evento ferial “*RUEDA DE NEGOCIOS ARTESANAL Y AGROINDUSTRIAL 2018*”, la cual se llevó a cabo en la ciudad de Neiva en San Pedro Plaza Comercial, los días 17 y 18 de agosto, sin embargo la comunidad fue participe del primer Encuentro Regional de Economías Propias que se llevó a cabo en la ciudad de Pereira en las fechas de 31 de mayo al 3 de junio del año en curso, experiencia altamente significativa para la comunidad ya que no habían tenido la oportunidad de participar en un evento de carácter nacional, la experiencia y los aprendizajes son importantes aplicarlos en lo que construimos, manifiesta la artesana líder, Flor Pujimuy.

En el proceso también se socializa la experiencia que la comunidad obtuvo respecto a la venta que se efectuó a través del programa de Maestros Ancestrales, con los diseñadores del equipo de la Revista Fucsia, el cual se efectuó la venta de 100 bolas enchapadas en chaquiras por un valor unitario de \$2.500 c/u, siendo en total

\$250.000, dentro de este proceso no se efectuó ningún otro pedido adicional a la fecha.

Una vez terminada la socialización de la actividad en feria y Fucsia, se identificó en la comunidad que no se lleva relacionada la descripción de materia prima, por lo cual la comunidad manifiesta la importancia de contar con esta herramienta, ya que permite tener un control de la materia prima tanto como la que ingresa como la que sale, en el espacio con la comunidad también se inicia con la construcción del plan de mercadeo focalizado, iniciando con un diagnóstico utilizando herramientas como el DOFA y CANVAS, los cuales permiten realizar una lectura detallada de cómo es la situación actual de la actividad económica que desarrolla la comunidad desde la elaboración de artesanías.





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Objetivo(s):

- ✚ Dar a conocer a la comunidad la relación de ventas y los contactos comerciales generados el pasado 3 y 4 de agosto, en la visita que se obtuvo por parte de los diseñadores del equipo central de Artesanías de Colombia, diseñadores del equipo Fucsia y equipo de la revista Semana-Fucsia, a través del programa “*Maestros Ancestrales*”.
- ✚ Realizar el taller de control y gestión de materia prima
- ✚ Realizar el taller de estrategias y canales de comercialización.

1. TALLER GESTION Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

Dentro del proceso se da a conocer a la comunidad la importancia de llevar a cabo procesos de gestión, abastecimiento y control de la materia prima, como también la importancia de llevar a cabo el registro o inventario es importante conocer con que materia prima cuenta la comunidad para la elaboración de sus productos, por ende, se explica que llevar de manera acertada el abastecimiento de materias prima, permitirá conocer aspectos como:

- ✚ cuál es el costo de nuestros inventarios de materia prima?
- ✚ ¿Qué cantidad de materia prima tenemos?
- ✚ ¿Con que contamos?
- ✚ ¿Quién es el responsable de esta información?

Se les entrega a los miembros de la comunidad el formato de Gestión y control de materia prima, donde se explica paso a paso como debe ser diligenciado:

Paso 1: Referencia

- ✓ Proveedor: ¿a quién se le compra la materia prima? ¿Cuál es el principal proveedor según los tipos de materia prima y herramientas utilizadas?
- ✓ Responsable: quien es la persona encargada
- ✓ Cuál es la fecha de compra
- ✓ Concepto: que elementos se compra

Paso 2: Entrada de materia Prima

- ✓ Cantidad de gramos recibidos, donde se relacionan los gramos de materia prima que ingresan o herramientas de trabajo

- ✓ Costo unitario, cual es el costo.
- ✓ Costo total, el resultado de la cantidad en gramos por el costo unitario.

Paso 3: salida de materia prima y existencia de materia prima

En esta sección se describe que cantidad de materia prima es entregada al artesano como también su valor, y en su defecto que cantidad de materia prima queda en existencias.

Una vez explicado el formato se realiza un ejercicio práctico para la comprensión de este dónde se solicita a la comunidad que realicen 3 grupos y que escojan una línea de producto, por lo cual seleccionan productos tejidos en guanga, collares y manillas en chaquiras, una vez seleccionadas se pide que relacionen en el formato sus respectivos proveedores como el resto de la información.



2. TALLER DE ESTRATEGIAS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Para la generación de estrategias en el ámbito comercial dentro de la comunidad, se realizó de manera inicial un diagnóstico de esta, ya que al realizar una lectura inicial de cómo se encuentra, permite identificar qué factores son competitivos y cuáles no, y como convertir estos en fortalezas y oportunidades, para ellos se acudió a las metodologías de matriz DOFA y lienzo CANVAS, los cuales otorgan herramientas valiosas al momento de hacer un diagnóstico detallado.

La importancia de la matriz DOFA radica en que hace un diagnóstico real de nuestra empresa, negocio, actividad económica, dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, no es más que la lectura de cómo



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



estamos y que podemos hacer, ya que en ella se expresan las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

¿Porque es importante conocerlas?, por ejemplo, si se conocen las debilidades, se conoce que somos capaces y de que no, evita riesgos que no se puede asumir, conocer las debilidades, que aspectos podemos mejorar, las oportunidades permiten tener claro hacia donde encaminar los recursos y esfuerzos, de tal manera que se pueda aprovechar esas oportunidades antes de que desaparezcan o antes de que alguien más las aproveche. Las fortalezas, al saber qué es lo que mejor hacemos, podemos diseñar objetivos y metas claras y precisas, que bien pueden estar encaminadas para mejorar nuestras debilidades y/o para aprovechar nuestras oportunidades, las amenazas. Si se quiere sobrevivir, debemos ser capaces de identificar, de anticipar las amenazas, lo que nos permitirá definir las medidas para enfrentarlas, o para minimizar sus efectos. Si una empresa no anticipa que le llegará una fuerte competencia, cuando esta llegue no habrá forma de reaccionar oportunamente, y, sobre todo, no se podrá actuar con efectividad puesto que nunca estuvimos preparados para ello. Si no se conoce una amenaza, mucho menos se sabe cómo reaccionar frente a ella, de allí la importancia de conocer el medio, el camino a que tenemos que enfrentar.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> -Existe compañerismo y unión entre los miembros del grupo. -buena comunicación en el grupo. -conocimiento y orgullo de representar la comunidad Kamentsa Biya. 	<ul style="list-style-type: none"> -La mayoría de los miembros de la comunidad no se dedican al 100% al desarrollo de la actividad artesanal. -La actividad artesanal aun no representa una fuente de ingresos constante, lo cual hace que esta no sea una actividad exclusiva para los miembros del grupo. -No son un grupo que



<p>MATRIZ DOFA KAMOC</p>		<p>represente autonomía en el desarrollo de sus actividades artesanales, ya que muchas de las decisiones internas como grupo deben ser consultadas con una autoridad mayor, en este caso Gobernador del cabildo.</p> <p>-Falta de interés por recuperar las tradiciones culturales de la comunidad en algunos miembros.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>-Contar con el apoyo de entidades como Artesanías de Colombia.</p> <p>-Contar con clientes potenciales, los cuales se han contactado a través de la participación en eventos feriales, logrando dar a conocer los productos de la comunidad.</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>-Generar alianzas estratégicas que permitan tener un avance significativo al grupo, aprovechando el apoyo interinstitucional que en el momento posee el grupo.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>-En el momento de generar alianzas, se puede buscar la alternativa de cofinanciar proyectos que apalancen alternativas de proyectos de generación de ingresos para miembros de comunidades indígenas, y aún más alinearlos desde la parte artesanal.</p> <p>-Sensibilizar y realizar proceso que incentiven en mantener el legado de la comunidad, ya que este es el factor diferencial al momento de la elaboración artesanal de los productos.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>-Competencia de precios.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>-Continuar con el nivel de preparación en diferentes</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>-Motivar la participación en espacios y eventos feriales a</p>



<p>-que se terminen algunos programas que están en este momento beneficiando al grupo.</p> <p>-desastres naturales.</p> <p>-cambios estatutarios o leyes que afecten la conformación de grupos artesanales en Colombia.</p>	<p>temas organizativos y de producción, lo cual garanticen la sostenibilidad del grupo artesanal.</p> <p>-realizar actividades que permitan generar un mayor ahorro para el fondo comunitario, lo cual garantice recursos a futuro para la comunidad,</p>	<p>los miembros de la comunidad, para que se vinculen a la actividad comercial del producto y de esta forma hacer constante lectura del mercado, cuáles son sus gustos, aptitudes, preferencias, entre otros aspectos que permitirán innovar y llegar al mercado potencial.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



LIENZO CANVAS

es una herramienta estratégica empresarial, que permite analizar de manera visual un modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito.

Se basa en 9 pilares:

- ✓ Definición de nuestros clientes objetivos
- ✓ Identificar los problemas que tiene el cliente y que nuestro producto puede solucionar
- ✓ Proposición de valor única (PUV) donde se indica lo que ofrecemos para solucionar estos problemas
- ✓ Identificar los canales que darán a conocer los productos
- ✓ Definir las vías de ingresos que podrán utilizar nuestros clientes
- ✓ Analizar los principales costes con los que nos vamos a encontrar
- ✓ establecer las métricas clave que nos indiquen si estamos desarrollando correctamente nuestro modelo de negocio

Expresar aquello que nos hace especial frente a nuestra competencia



LIENZO CANVAS KAMOC

<p>8.Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proveedores locales y Nacionales -Entidades públicas y Privadas -Clientes actuales y potenciales 	<p>7.Actividades Clave</p> <p>Capacitación constante dentro del equipo kamoc como son: ventas, costos, aprovechamiento de la materia prima Transmisión de conocimientos y saberes el cual permitan mantener la identidad cultural.</p> <p>6. Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recursos financieros (capital, materia prima, herramientas) -Recurso humano, la mano de obra y la capacidad de creación del artesano. 	<p>2.porpuesta de valor</p> <p>Entregar al cliente productos con carga cultura e identidad de la comunidad Kamentsa Biya caracterizados por su alto nivel de calidad.</p>	<p>4.relación con los clientes</p> <p>Atención personalizada con el cliente, donde se atiende cada una de las especificaciones que él requiere.</p> <p>3.canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Servientrega -Entrega a domicilio -Venta directa -Uso de medios tecnológicos a través de redes sociales. 	<p>1.segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Turistas o extranjeros. -Compradores locales, almacenes de bisutería y accesorios.
<p>9. estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Costos de Producción -Costos de Materia Prima -Costos de Maquinaria y equipo -Costos de Servicios Públicos Básicos -Costo de Arrendamiento 		<p>5. Fuentes de Ingreso</p> <p>Nuestro cliente está dispuesto a pagar por un producto que tenga historia y carga cultural, donde sienta que está contribuyendo al desarrollo de una comunidad. Los medios de pago son por lo general en efectivo y a menor escala a través de transacción bancaria.</p>		



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



4. Logros:

Durante la visita se logró dar a conocer la importancia de llevar el registro de materias primas, ya que este es un mecanismo de alterna que me permitirá establecer tiempos de

compra de los insumos que se requieren para la elaboración de los productos, como también las fechas de compra y contacto con proveedores y de esta forma contar con el producto que se requiera en el tiempo y las cantidades que se requieren.

Con la metodología de diagnóstico de DOFA y CANVAS, se logró una alta participación en el grupo, ya que desde un inicio se invita a todos los asistentes a que participen en la lluvia de ideas y explicando la importancia de su opinión en el proceso.

El grupo cuenta con la cuenta en Facebook Kamoc, el enlace es: https://www.facebook.com/Kamoc-1952813838102757/?modal=admin_todo_tour



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Dificultades:

Durante la visita, la comunidad conto con la visita de otra entidad, lo cual dificulto respecto a los tiempos y temas previstos, se logró acordar con la funcionaria de la entidad otra fecha, ya que en ese momento la comunidad estaba atendiendo a la entidad de Artesanías de Colombia.

Compromisos:

Ajustas las fechas y compromisos de cada una de las actividades de acuerdo con el cronograma de actividades que la comunidad maneje de forma interna, con el objetivo de que no solapen eventos en común, conllevando a que no se obtenga la



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



MES 4 VISITA 4

REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEREO

1. Situación identificada:



El pasado 14 y 15 de octubre se programó la visita con el grupo de Artesanas Kamoc pertenecientes al Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa, con el objetivo de iniciar las asesorías en el componente del eje de comercialización y mercadeo en los temas de: redes sociales y dar continuidad al tema de estrategias de canales de comercialización con el objetivo de unificar conceptos y estrategias las cuales se plasmarán en

el del plan de mercadeo focalizado para la comunidad y este sea aprobado por la misma.

2. Objetivo(s):

- ✚ Continuidad del taller de estrategias y canales de comercialización.
- ✚ Realizar el taller las Redes Sociales una herramienta de venta.

3. Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad, durante el día 14 y 15 de octubre del año en curso, donde se inicia con la Continuidad del taller de estrategias y canales de comercialización, taller las Redes Sociales una herramienta de venta.

1. TALLER DE ESTRATEGIAS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En la visita anterior para la comunidad se inició con un diagnóstico integral respecto a como esta se encuentra desde diferentes componentes, en la actual visita se pretende complementar el ejercicio y que las estrategias que se plasmaran en el plan de mercadeo focalizado para la

comunidad sean plasmadas de forma conjunta, para ello se explica a la comunidad las diferentes estrategias que se deben tener en cuenta como:

Estrategia de diferenciación en producto

Como, por ejemplo:

- ✓ Agregar al producto nuevas características, atributos, beneficios, mejoras, funciones, utilidades y usos.
- ✓ Lanzar una nueva línea de productos complementaria a la que ya tenemos.
- ✓ Adicionar nuestros productos o servicios complementarios, por ejemplo: entrega del producto, garantías, política de devoluciones. etc.
- ✓ Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo con el fin de lograr una rápida acogida y de esta forma hacerlo rápidamente conocido.
- ✓ Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto con el fin de aprovechar las compras hechas como resultado de la novedad del producto.

Estrategias de diferenciación en precio

Estrategia de diferenciación en plaza y distribución

- ✓ Venta directa en el lugar de consumo: El artesano se encarga de vender sus productos directamente al cliente en su domicilio, con cita previa.
- ✓ Venta directa en el taller de fabricación





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Estrategia de diferenciación en promoción

Consiste en dar a conocer e informar o hacer recordar la existencia del producto a los consumidores

- ✓ Así como persuadir, estimular o motivar la compra, consumo o uso.
- ✓ Publicidad por medio de las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Organizar algún evento o actividad
- ✓ Participar en ferias o eventos de negocio
- ✓ Imprimir y repartir volantes, folletos y tarjetas de presentación.
- ✓ Presentación del portafolios de los productos.

Estrategias de fidelización

- ✓ Variedad de productos, atención al cliente (en especial en lo que respecta a las redes sociales, donde es una de las más valoradas) y su capacidad para innovar. ¿Cómo ha innovado?
- ✓ No solo fue una de las primeras en ofrecer **wifi gratis a sus clientes**, también ha sido una de las primeras en **crear su propia APP** y facilitar **el pago a través del móvil**. Además, cuenta con un programa de recompensas para sus clientes más fieles.



ACTIVIDAD GRUPAL

De acuerdo al a anterior explicación se solicita a los miembros del grupo que realicen 2 grupos un grupo de los que elaboran productos en chaquiras y el tejido en crochet con el objetivo de realizar las siguientes actividades:



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



1. Cada grupo tendrá una estrategia: Producto, precio, plaza y promoción.
 - ✓ **Productos:** bisutería en chaquiras y tejidos en crochet
 - ✓ **Precio:** otorgar a nuestros clientes promociones en fechas especiales para incentivar la compra con descuentos.
 - ✓ **Plaza:** la plaza de nuestros productos será en tiendas de bisutería y ferias.
 - ✓ **Promoción:** daremos a conocer nuestros productos en diferentes espacios, especialmente en las redes sociales, los cuales han tenido gran acogida dando a conocer los productos que Kamoc tiene para ofrecer a sus potenciales clientes.

2. Además, tendrá una: Fortaleza, debilidad, amenaza y oportunidad.

- ✓ **Debilidad:** que la mayoría de los integrantes del grupo no dedican su actividad artesanal el 100%, lo cual hace que a la hora de responder un pedido considerable sea complejo.
- ✓ **Fortaleza:** contar con contactos comerciales, logrados en espacios feriales, muchos de los productos del grupo cuentan con mejoras acordes a las necesidades de los clientes.
- ✓ **Oportunidad:** apoyo institucional, contar con diferentes contactos comerciales.
- ✓ **Amenaza:** competencia desleal, no llegar a acuerdos comerciales que permitan la fácil comercialización de los productos

3. Definición de canales de comercialización de la comunidad

Venta directa: Entregar el producto al cliente a través de la venta directa, donde exista dos niveles de intermediarios la comunidad quien es la que directamente produce y este sea vendido al cliente.

4. Finalmente, se realizará la Definición de Estrategias de fidelización.

Atención personalizada con el cliente, donde se atiende cada una de las especificaciones que él requiere y ajustando el diseño de los productos en lo que él desea.

5. Presentación y exposición ante el grupo





2. LAS REDES SOCIALES UNA HERRAMIENTA DE VENTAS



¿Qué son las redes sociales?

Las redes sociales son sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistades, relaciones amorosas, comerciales, entre otras.

¿cómo se ingresa a una red social?

Basta con registrarse gratuitamente ¡, completar una ficha de datos personales y empezar a asociarse con otros usuarios. Todo lo que se necesita es una dirección válida de correo electrónico.



¿cuáles son las redes sociales más usadas?





¿Cuántas horas al día te dedicas a visitar las redes sociales?



¿Cuáles son las actividades más comunes en las redes sociales?





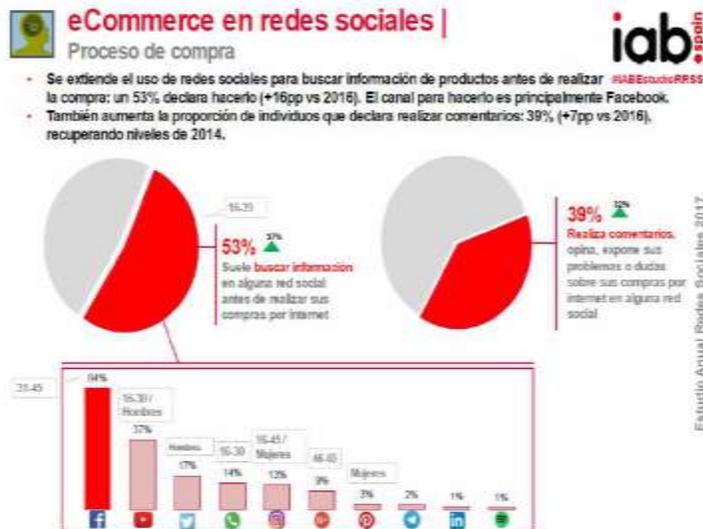
GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



Proceso de compra en las redes sociales



3 razones del ¿Por qué? Son una excelente herramienta de mercadeo

1. Crean “Posicionamiento de Marca”

Estar activo en las redes sociales, significa que su marca o empresa estará siempre presente en la mente del consumidor

2. Permiten “Construir relaciones”

A través de ellas puede encontrar conexiones para expandir su negocio a nivel nacional e internacional.

3. Ayudan a brindar un “Excelente servicio al cliente”

Ofrecen una oportunidad para atender activamente las necesidades de sus clientes

EJERCICIO PRÁCTICO

1. Crear y/o actualizar la página como grupo de artesanos Facebook Kamoc, el enlace es: <https://www.facebook.com/Kamoc-1952813838102757/>



GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



- 2. publicar 5 productos con precios por cada visita comercial.

fotos de medidas y





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



3. publicar 4 fotos de los talleres de fortalecimiento (comercial) por cada visita comercial.



pautas de implementación: eje de comercialización y mercadeo

4. Delegar un responsable del manejo de la red social.

De acuerdo al acta del 16 de agosto de 2018 las personas responsables de llevar a cabo la creación y administración de la cuenta en Facebook para la comunidad es la señora Erika Flores, identificada con cedula de ciudadanía N. °1032435898 de Mocoa.

5. tomar registro fotográfico de los productos y talleres comerciales y compartirlos al responsable para ser publicados.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



6. Establecer un compromiso para publicar el contenido de los productos y talleres (firmado en acta)
7. Realizar seguimiento de las publicaciones en la próxima visita comercial.

Logros:

- ✓ Durante la visita se logró dar a conocer la importancia que tienen las redes sociales en la cotidianidad, ya que permite tener un mayor contacto con el cliente actual y potencial, este es de igual forma un mecanismo de canal de comercialización que permite dar a conocer los productos.
- ✓ Definir de forma conjunta las estrategias plasmada en el plan de mercadeo focalizado el cual fue socializado y aprobado por la misma comunidad.

Compromisos:

- ✓ actualizar la página como grupo de artesanos en Facebook Kamoc
- ✓ publicar 4 fotos de los talleres de fortalecimiento (comercial)
tener muy en cuenta el plan de mercadeo focalizado el cual es la ruta de acción para posicionar la marca

REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

1. Situación identificada:

El pasado 14 y 15 de octubre se programó la visita con el grupo artesanal Kamaoc perteneciente al Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa, con el objetivo de iniciar las asesorías en el componente del eje de formalización empresarial en el tema de creación del fondo comunitario.

2. Objetivo(s):

- ✚ Realizar asesoría respecto a la creación del fondo comunitario

3. Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en las instalaciones del cabildo provisional del Cabildo Kamëntsá Biya de Mocoa, en las fechas de 14 y 15 de



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



octubre del año en curso, donde se inicia con la asesoría en la importancia de crear el fondo comunitario.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Es importante resaltar el compromiso y disposición de los miembros del grupo artesanal Kamoc, aunque al inicio fueron pocos se logró solidificar su compromiso y disposición para participar en cada una de las asesorías dictadas por parte del componente comercial y fortalecimiento empresarial.
- A pesar de que es un grupo que cuenta con el apoyo del programa durante 5 años, el avance no ha sido significativamente alto, desde sus diferentes componentes, respecto al componente comercial desde el inicio se realizó un diagnóstico comercial, donde se pretende evaluar como van cada uno de los procesos en los cuales se asesorado en la comunidad, en su momento la artesana líder Flor Pujimuy manifestó que ella es totalmente nueva en el proceso y que a la fecha no han realizado con ella el proceso de empalme, por lo cual solicita que al grupo se lo vuelva asesorar en cada uno de los temas comerciales, ante esta situación al grupo se asesoró como si fuese un grupo nuevo en todos los temas y se evidencio en todo el proceso su dependencia al cabildo, todas las decisiones se deben consultar ante él lo cual no le da autonomía al grupo y algunos procesos no avanzan para el beneficio del grupo.
- La comunidad conto con un avance importante respecto al proceso de fortalecimiento empresarial como es: contar con el registro contable o libro contable, cuentas con estrategias de comercialización y mercadeo y fondo comunitario.
- El grupo posee listado de inventarios, listado de precios de venta y conoce el proceso de costeo de producción como también llevar el registro de control de materias primas el cual le permite poseer herramientas administrativas adecuadas que le permitan llevar de forma ordenada, el registro de cada una de sus operaciones.
- De forma conjunta se elaboro con el grupo el Plan de Mercadeo Focalizado, donde se establecen las estrategias de comercialización y mercadeo de cada uno de los productos que elabora la comunidad, estrategias como: fidelización, posicionamiento de marca, promoción, precio, plaza.
- El grupo artesanal Kamoc conto con la respectiva asesoría respecto a la importancia de la formalización empresarial, respecto a ello se dio a conocer los beneficios de formar parte del grupo de empresarios formales y las oportunidades que esto conlleva, como también los deberes que se adquieren una vez se toma la decisión y las diferentes figuras jurídicas que se manejan al momento de constituirse como una entidad con y sin ánimo de lucro, lamentablemente la comunidad sigue dependiendo



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



directamente de su relación con el cabildo y esta dependencia no ha permitido que el proceso de formalización se conlleve a realizar, lo anterior debido a que las autoridades consideran que este proceso entraría a dividir al grupo y "perderían" los beneficios del cabildo, ante esta situación el grupo ha desistido de continuar con dicho proceso, ante la situación se hace necesario que se trabaje de forma conjunta con el

- área social¹ respecto a los ámbitos organizacionales de la comunidad, donde se especifiquen las funciones y roles que cada miembro debe cumplir, además que se interiorice la importancia de responsabilidad que se debe asumir una vez se designen los cargos internos y demás responsabilidades que cada miembro del grupo Artesanal Kamoc asume una vez se adquieren compromisos tanto institucionales como para los clientes que el grupo posee.
- Se recomienda que se realice constante seguimiento a estos procesos iniciales a la comunidad con el ánimo de evaluar que tan eficientes son los procesos administrativos para la misma y que tanto les aportan a sus procesos organizativos internos.
- Es muy importante que la comunidad siga el plan de mercadeo ya que este fue el resultado de la construcción de un diagnóstico grupal del como se encontraba la situación administrativa, organizacional y de mercadeo, conocer todos estos aspectos permite establecer estrategias acordes a las necesidades reales del mercado y a que tanto podemos responder a este como organización.
- Dentro de la comunidad existió inconvenientes internos respecto al manejo de la materia prima, para ello se requirió realizar 2 reuniones con los miembros internos del cabildo, las artesanas del proyecto y el equipo de Artesanías de Colombia, los componentes de Comercio, Diseño y Social, la primer reunión se llevó a cabo el pasado 4 de noviembre, con el ánimo de dar a conocer como es el proceso de entrega de la materia prima para el grupo artesanal Kamoc, cuyo objetivo es con esta elaborar la producción para la feria que la comunidad participara en la ciudad de Bogotá este próximo mes de diciembre en Expoartesanías, lamentablemente y de acuerdo al acta de reunión que se anexa al siguiente documento se manifiesta los inconvenientes

¹ Área que para la actual vigencia presento inconsistencias en sus intervenciones, especialmente en el aspecto de la formalidad ya que por ser la asesora social perteneciente a la misma comunidad reforzaba el aspecto de que no es importante dar este paso, ya que para ellos como Kamnetsa el poder de la palabra es suficiente más que un papel, aspectos que como asesores en su campo entran a generar contradicciones para los miembros de la comunidad, por un lado se promueve y por otro se obstaculiza.



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



internos entre artesanos y autoridades del Cabildo Kamèntsá Biya de Mocoa, situación que no ha permitido que los artesanos aun no inicien con la producción para la participación en la feria ya que por el inconveniente manifestado no cuentan aun con la respectiva materia prima.

La segunda reunión se llevó a cabo el día 17 de noviembre con el ánimo de hacer efectiva la entrega de la materia prima de acuerdo a las directrices que se emitió desde el equipo central de la entidad, respecto a ello se anexa acta de reunión donde se estipula las condiciones de entrega y proceso que se debe tener en cuenta para la elaboración de producción y así cumplir con la producción para el próximo evento comercial el cual la comunidad participara en Expoartesanias, este próximo mes de diciembre.

- Durante el transcurso del acompañamiento el grupo en términos generales mostro gran aceptación en cada una de las asesorías, la preocupación hasta el momento es la situación anterior mente socializada, se espera hasta la fecha poder contar con una respuesta positiva y poder continuar normal el proceso con el ánimo de que las artesanas puedan participar en la próxima feria que está por venir y futuros eventos comerciales.