



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



**PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA  
LOS PUEBLOS INDÍGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS,  
AFROCOLOMBIANAS, RAIZALES Y PALANQUERAS –NARP**

**CONVENIO INTERADMINISTRATIVO NO. 285 DE 2018, SUSCRITO ENTRE –  
MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO Y ARTESANÍAS DE  
COLOMBIA S.A.**

**ASESORÍA COMERCIAL A LA COMUNIDAD DE NUQUÍ**

**Presentado por:**

Mónica Lorena González

Asesor Comercial

Regional Bogotá



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## INTRODUCCIÓN

El Municipio de Nuquí, cuenta con una población de 7366 habitantes los cuales 3095 corresponden a la cabecera Municipal y en la zona urbana 2679 habitantes de los cuales Indígenas son 1592.

La comunidad artesanal de Nuquí, perteneciente al municipio del mismo nombre, se encuentra en una zona muy atractiva para el turismo extranjero, son un grupo étnico afro descendiente con muchos años de tradición y presencia en este territorio, que han conservado con base en las prácticas tradicionales y espiritualidad.

Pese a tener una playa grande situada en el mismo municipio la suciedad es evidente, no hay una apropiación del espacio y del territorio que ayude a generar turismo que desee permanecer más tiempo en la cabecera municipal, prefieren tomar otros destinos turísticos cercanos que les brinden buenas condiciones de salubridad, sin embargo la artesanías se mueve muy bien, debido al aeropuerto y almacenes que hay en la zona.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



No hay un control sobre los ingresos y egresos mediante registros contables, cada artesano es autónomo del manejo de su dinero derivado de la actividad, no separan los gastos personales de los que necesitan para realizar la labor artesanal. No hay inventarios de herramientas, maquinaria y equipo, materias primas, suministro y productos terminados; no saben determinar los costos de producción y por ende no hacen un buen ejercicio de fijación de precios. No elaboran presupuesto ni plan de ventas antes de producir. No tienen uso de los registros mínimos para ventas.



Carecen de una imagen artesanal que los represente como comunidad artesanal, aunque ellos se conocen entre sí, las actividades artesanales no están ligadas en esquema productivo por lo que aún no se identifican como una unidad.

El perfil del cliente está definido a nivel local por los turistas que en general realizan compras de souvenir, a nivel regional aún no están posicionados como grupo artesanal fuerte para poder generar estrategias con alcaldías y negocios de hoteles, que tienen gran demanda debido al turismo extranjero que llega a la zona.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## **OBJETIVO GENERAL**

Acompañar en materia comercial y empresarial a cada una de las comunidades asignadas en el marco del programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para los Pueblos Indígenas y Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- Capacitar a las distintas comunidades indígenas asignadas en el eje de formalización empresarial.
- Capacitar a las distintas comunidades indígenas asignadas en el eje de formalización comercial.
- Asesorar a las comunidades indígenas asignadas en la toma de decisiones para la formalización de las respectivas sociedades artesanas.
- Acompañar el fortalecimiento del respectivo plan de mercadeo focalizado por comunidad participante dentro del programa dentro de la región de Bogotá.
- Apoyar al equipo con asuntos especiales de eventos y encuentros regionales e internacionales.
- Análisis de ventas encuentros regionales e internacionales.

## **DESARROLLO DE ACTIVIDADES**

Para desarrollar las actividades propuestas en el programa, se logró avanzar logrando que la comunidad se fortalezca a nivel empresarial y a nivel comercial desarrollando los siguientes talleres y acompañamiento a la comunidad.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Para empezar con el taller de Costeo, se hace una reflexión a la comunidad para que caigan en cuenta del porqué dos productos de diferentes tamaños no pueden costar lo mismo y como un cliente puede cambiar la percepción de la comunidad y de los productos por tener problemas en los precios.

Es escogido un producto por la comunidad para lograr hacer el costeo real. Se empieza a hablar por las dimensiones del producto y los costos tiempo para lograr recolectar la materia prima y también en dinero, ya que hay una artesana que compra la materia primera para sus artesanías.



También se tiene en cuenta todas las herramientas adicionales que se usan para la elaboración de cada producto, haciendo la aclaración que dependiendo el tamaño del producto se usarían más o menos herramientas como lijas.

Se llega a un consenso del tiempo real de mano de obra contabilizado en horas, haciendo la aclaración que no se trabaja el día completo ya que ellos también están con otras actividades.

La comunidad está de acuerdo de tener un 15% de ganancia, sin embargo, se aclara que hay clientes que piden rebaja, para lo que se explica que para seguir ganando se podría rebajar hasta un 9%.

Para hacer el taller de habilidades comerciales, la comunidad escogió a la artesana líder como la representante para que vendiera y algunos artesanos para que participaran en la actividad como diferentes tipos de clientes. Esta actividad resultó ser muy provechosa porque los

artesanos cayeron en cuenta en errores que cometían a la hora de la venta y buscaban mejorar con cada ejercicio.



Durante la actividad descubrieron los diferentes tipos de clientes y cuál era la mejor manera para abordar cada uno de ellos, teniendo en cuenta que lo más importante es saber escuchar para lograr satisfacer sus necesidades y poder ofrecerle el producto indicado, contándole una historia verdadera detrás del producto y tiempos de elaboración, de esta manera se busca que el cliente no pida rebaja y que pague sin pedir descuento porque de esta manera está valorando el producto que se lleva.

Se habla de la importancia de hacer seguimiento a los clientes potenciales, llamadas, preocuparse por la rotación de sus productos, investigar cual producto es el que más se vende y cuál es el producto que tiene más quedado para hacer una implementación especial y lograr apoyar al cliente a mover esa referencia.

Para Empezar con los inventarios se le explica a la comunidad sobre la importancia de tener un inventario donde se referencie los productos que tiene la comunidad. Lo ideal es que cada artesano deberá tener su propio inventario, referenciado y con el precio correcto, esto para tener un mejor control cada vez que participen en ferias.

Es así, como se les entrega a el formato de inventarios y se les hace una explicación sobre como deberá ser diligenciado y así mismo resolver inquietudes.



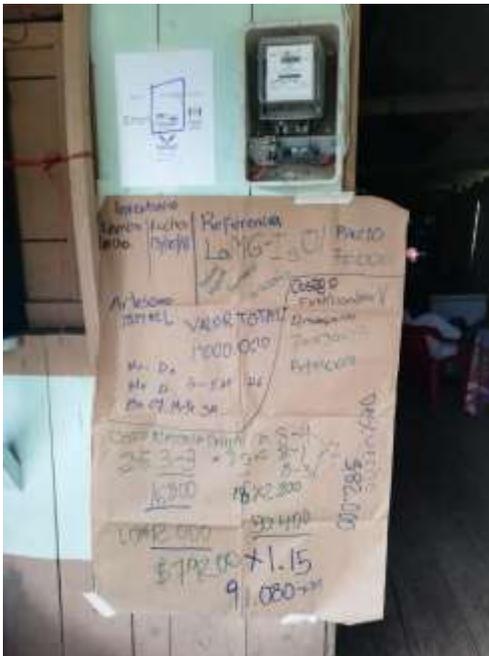
GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Para dar comienzo al diligenciamiento del formato, se explica en cada columna que información deberá diligenciar. La primera columna llamada fecha, corresponde a la fecha en la que fue hecho el inventario. La siguiente columna, es el consecutivo de cada referencia, para saber cuantas referencias diferentes tiene la comunidad y como aprovechar esto.



Para la referencia se explica que es para identificar al dueño de cada producto y para evitar confusiones, también sirve para tener un llamado al producto mas practico y fácil para la comunidad. La estructura que se debe usar para la creación de la referencia es: las dos primeras letras del que es el producto, empezarán como referencia, seguido del material de la artesanía, para identificar de que es hecha. Sigue el tamaño, la G si es grande, la M si es un tamaño mediano y la P para identificar los productos pequeños.

Después se deberá poner un guion para identificar las siguientes letras del nombre del artesano fabricante, y para terminar el numero de unidades que hay por esa referencia. Es muy importante lograr identificar los productos por referencia, ya que esto genera un control y organización dentro de la comunidad.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Siguiendo con el formato, se deberá diligenciar en la columna de concepto, una breve descripción del producto, después cuantas unidades hay de esa referencia y el valor unitario de esa referencia, y para terminar, se colocará el valor total, es decir multiplicar el valor de una unidad por la cantidad.

Para terminar, se le hace ejercicios prácticos a los artesanos para que practiquen y ellos solos aprendan a hacer referencias y a sacar los inventarios de sus productos.

La comunidad quedó satisfecha, pues sienten que es una herramienta que les sirve para la organización para participar en ferias o en muestras comerciales.

Cordialmente,

Mónica González

C.C. 1.018.410.851