



**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.**

**ASESORÍA COMERCIAL A LA COMUNIDAD INGA MUSURRUNAKUNA DE  
MOCOA - PUTUMAYO**

**ÁNGELA VIVIANA GONZÁLEZ RODRÍGUEZ**  
**Asesora de Fortalecimiento Empresarial y Comercial**

**Bogotá, D.C. , diciembre 2018**



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## INTRODUCCIÓN

El siguiente documento pretende mostrar las actividades que se realizaron en la comunidad artesanal del cabildo Inga Musurrunakuna de la ciudad 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 la comunidad Inga Musurrunakuna, 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 Orito, 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.
  - ✓ Taller gestión y control de la materia prima.
  - ✓ Estrategias y canales de comercialización.
  - ✓ Redes sociales, una herramienta de ventas.
  - ✓ Taller de imagen corporativa y logotipo.
- ✚ 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 la comunidad Inga Musurrunakuna, 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 TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADERO

### Situación identificada:



El Cabildo Inga MusuRunakuna se encuentra ubicado en la vereda San José del Pepino, a 8 km al oriente del casco urbano del Municipio de Mocoa. En la actualidad, esta comunidad ocupa terrenos en calidad de arrendamiento, pues está a la espera que el Ministerio del Interior le solucione su



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



situación debido a la pérdida de su territorio por los efectos de la avenida torrencial ocurrida en Mocoa el 31 de marzo del 2017, es un grupo que se encuentra en proceso de seguimiento dentro de la vigencia 2018, contando con la participación de 15 artesanos.

Durante los días 30 de junio y 14 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 “SUMAG”, la cual la han utilizado como etiquetas en cada uno de sus productos.

Hay debilidades en el proceso contable y el grupo aún no ha realizado el proceso de formalización empresarial, por lo cual en la visita a la comunidad durante el día 14 de julio, se realizan los talleres de registro contable y formalización empresarial en marco del eje de formalización empresarial.



### **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 la vereda San José del Pepino, durante los días 30 de junio y 14 de julio, en la visita se realizó 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



## 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 hora 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





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



### 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, y rescatar la importancia de conocer las tradiciones de esta, ya que es este el valor agregado que contiene cada producto.

### 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.

## REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TECNICA DE 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

<b>GRUPO DE ARTESANOS SUMAG</b>				
<b>LIBRO DIARIO</b>				
<b>31 DE JUNIO 2018</b>				
<b>FECHA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>DEBE (salidas)</b>	<b>HABER (entradas)</b>
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 SUMAG, 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 SUMAG, 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





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## 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
- ✚ Informar cualquier novedad como cambio de Domicilio 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 personería 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:

1. El nombre, identificación y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.
2. El nombre.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



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.
10. Las facultades y obligaciones del Revisor Fiscal, si es del caso.
11. 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

#### **4. Compromisos:**

Llevar a cabo el diligenciamiento del libro diario por parte de la señora Sandra Peña, Artesana Líder Sandra Patricia Peña identificada con cedula de Ciudadanía N 69.007.316, el



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



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.

## MES 2

### VISITA 2

## REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEREO

### Situación identificada:



En las fechas de 6 y 7 de agosto del año en curso se realizó la visita a la comunidad con el ánimo de continuar con el proceso de implementación comercial y de mercaderío, 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 la participación en la feria en Neiva “ *Rueda de Negocios artesanal y agroindustrial 2018*”, en marco del encuentro regional de Economías Propias de los pueblos indígenas de Colombia, la cual se llevara a cabo en San Pedro Plaza Comercial, los días 17 y 18 de agosto.

### Objetivo(s):

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



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en la vereda San José del Pepino, 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 la manilla SUMAG, elaborada con chaquiras que representan los colores y simbología de la comunidad.

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

- ✓ la inversión en materia prima es de \$2.800
- ✓ el costo de mano de obra es de \$9.800
- ✓ costos indirectos de fabricación \$633
- ✓ el costo de venta del producto es de \$13.199
- ✓ el precio de venta del producto es de \$15.528 (15% de utilidad)
- ✓ si se lo vende en dólares tendría un precio de venta de US 6, suponiendo que para la fecha el dólar este en las tasas de cambio en \$ 2800.
- ✓ 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			
GOBIERNO DE COLOMBIA			
SIMULADOR COSTOS UNITARIOS ESTANDAR			
FOTO PRODUCTO	NOMBRE PRODUCTO	DIMENSIONES	REFERENCIA COMERCIAL
	MANILLA SUMAG	5CM*20CM	MANILLA SUMAG
COSTO DE MATERIA PRIMA (MP)			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD DE GRAMOS REQUERIDOS	VALOR * GRAMO UTILIZADO	VALOR TOTAL MATERIA PRIMA
CHAQUIRA	10	\$ 100	\$ 1.000
HILO	1	\$ 300	\$ 300
		\$ -	\$ -
<b>TOTAL COSTO DE MATERIA PRIMA</b>			\$ 1.300
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
3	\$ 3.255		\$ 9.766
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA</b>			\$ 9.765,53
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
RECURSO REQUERIDO	VALOR DÍA DEL RECURSO REQUERIDO	CANTIDAD DE DÍAS DE PRODUCCION POR PRODUCTO	VALOR TOTAL C.I.F
SERVICIOS	10000	30	\$ 333
EMPAQUE	300	1	\$ 300
			\$ -
<b>TOTAL C.I.F</b>			\$ 633
<b>COSTO DE VENTA DE PRODUCTO (MP + MO + CIF)</b>			\$ 11.699
<b>PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO <math>PV = CV / (1 - \% UTILIDAD)</math></b>			\$ 13.763
<b>TASA DEL DÓLAR</b>	\$ 2.800	<b>PRECIO DE VENTA EN DOLARES</b>	\$ 5
<b>% DE UTILIDAD</b>	15%	<b>VALOR UTILIDAD (PV - CV)</b>	
<b>DESCUENTO MINIMO DEL PRODUCTO (PV * % DESC. MIN)</b>	\$ 1.376	<b>PRECIO DE VENTA MINIMO</b>	\$ 12.387
CUÁNDO SEA NECESARIO			
<b>SOBRE COSTO POR DISEÑO ESPECIALIZADO (PV * % DIS.ESP)</b>	\$ 2.753	<b>PRECIO DE VENTA CON DISEÑO ESPECIALIZADO</b>	\$ 16.516

El ejercicio sirvió para aclarar cómo se estima un precio de venta para un producto y conocer de manera acertada los costos de la materia prima que se utilizan en los productos que la comunidad elabora, para conocer de forma acertada los costos de materia prima natural como por ejemplo las semillas se tomó como referencia las semillas que la comunidad maneja como son. Ojo de buey redondo y plano, lágrimas de san pedro, chochos, archira, estimando los siguientes costos de la materia prima:

OJO DE BUEY REDONDO:





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## CARACTERISTICAS

- ✚ Cada ojo de buey pesa alrededor de 10gr, entonces alrededor de 100 pepas harán un kilo y un kilo cuesta \$20.000, por lo cual cada pepa cuesta \$200.

## OJO DE BUEY PLANO:

### CARACTERISTICAS



Cada ojo de buey plano pesa alrededor de 5gramos`por lo cual 200 pepas conforman un kilo y el kilo cuesta \$50.000, por lo cual cada pepa cuesta alrededor de \$250 pesos.

**LAGRIMAS DE SAN PEDRO:** El kilo cuesta alrededor de \$20.000

**SEMILLAS DE CHOCHO:** el kilo cuesta alrededor de \$ 30.000

**SEMILLA DE ARCHIRA:** el kilo cuesta alrededor de \$ 15.000

Esto se explica con el ánimo de que la comunidad conozca un poco de la extracción de los precios de la materia prima, ya que esto se ve reflejado en el valor del precio de venta final, para el caso de las semillas más pequeñas se explica la regla de tres con el ánimo que a través de ella se saque el valor de la materia prima invertida, por ejemplo:

Se va a realizar un collar gualca de tres tiras con semillas de lágrimas de san Pedro, ojo de buey plano y redondo, entonces se tiene las siguientes cantidades de material: 1 ojo de buey plan, 2 ojos de buey y 75 gramos de lágrimas de san pedro.





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Entonces:

1 ojo de buey plano  $\Rightarrow$  \$250

2 ojo de buey redondo  $\Rightarrow$  \$200

75 gramos de lágrimas de San Pedro  $\Rightarrow$  no se saben, solo se sabe que el kilo cuesta \$20.000

1000 gramos cuestan \$20.000

$$X = \frac{75 \text{ gramos} * \$20.000}{1000 \text{ gramos}} = \$1500$$

Es decir que en materia pima de semillas nuestro collar tiene:  $250+200+1500= \$ 4.900$ , a esto se le suma la mano de obra y los costos indirectos de fabricación como son: mano de obra alrededor de 1 día de producción, entonces  $4900+26.000+ 400$  (CI)=31300, a este valor se suma el 15% que se le estima ganar queda un precio de venta alrededor de \$36.000.

## 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

se da a conocer los formatos ya que es necesario que la comunidad los conozca debido a son insumos muy importantes para eventos feriales, se explica la importancia de tomar nota de todos los aspectos que ocurren al interior de una la feria ya que de esta forma se podrá establecer cuanto fue la venta, quienes son mis potenciales clientes, con quien he cerrado un negocio, entre otros aspectos, que permitirán realizar un adecuado seguimiento.

### 3. CREACION

#### DE LA CUENTA EN FACEBOOK

Para esta sección se habló ante la comunidad la importancia del aprovechamiento de las herramientas tecnológicas 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 y que sea la primera publicación del grupo la participación del evento en Neiva, por lo cual se designa una persona responsable en el manejo de la red social, en este caso lo realizará el señor Marino Peña miembro de la comunidad

## REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TECNICA DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

### Situación identificada:

En las fechas de 6 y 7 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.



Se solicita a la comunidad que se dé a conocer el diligenciamiento del libro contable y que se socialice como ha sido el proceso, que eventos se han registrado y que dudas han surgido al respecto, por parte de la Artesana Líder Sandra Peña, da a conocer que en el libro no se ha iniciado a registrar ningún ingreso o egreso ya que no se han presentado ningún registro para la comunidad, la artesana considera que con los ingresos y gastos que se tendrán en la feria de Neiva “*Rueda de*





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



*Negocios artesanal y agroindustrial 2018*”, la cual se llevará a cabo en San Pedro Plaza Comercial, los días 17 y 18 de agosto, se empezarán hacer los registros de esta actividad en el libro contable.

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 en realizar el proceso de formalización empresarial, iniciando con la construcción del borrador del acta de constitución y los estatutos.

### **Objetivo(s):**

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

### **Desarrollo:**

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en la vereda San José del Pepino.

## **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:**

- ✚ 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:

- ✚ Dar a conocer la importancia de llevar de forma clara y ordenada el inventario de los productos de la comunidad.
- ✚ Iniciar con el proceso de construcción de los borradores de acta y estatuto para la asociación de artesanos de la comunidad SUMAG



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



### MES 3

### VISITA 3

## REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO

### . Situación identificada:



El pasado 29 de agosto se programó la visita con la comunidad del Cabildo Inga Musu Runakuna, con el objetivo de iniciar las asesorías en los temas de Gestión y Control de Materia Prima y como identificar las estrategias de canales de comercialización, lo anterior de iniciar con la construcción del documento del plan de mercadeo focalizado para la comunidad.

Antes de continuar con la asesoría, se cuenta con la intervención por parte de la artesana líder Sandra Peña respecto a la participación de la comunidad 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, dentro de las cuales resalta los siguientes aspectos:

- ✚ Inicialmente manifiesta su agradecimiento ante artesánías de Colombia por brindar la oportunidad de participar en el evento ferial, la cual considera que es una excelente vitrina comercial.
- ✚ Los productos que más gustaron y llamaron la atención fueron las manillas SUMAG y los rosarios gigantes elaborados con ojo de buey grande, lo cuales se vendieron alrededor de \$130.000.
- ✚ El espacio en feria permite innovar en los productos ya que el compartir experiencias con cada uno de los artesanos expositores permite hacer mejoras, manifiesta la artesana líder.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✚ A partir de la experiencia y a solicitud de algunos clientes que visitaban el stand de Musurrunkuna, elaborar empaques a partir de fibra natural para llevar los productos que se compran.
- ✚ Dentro de la participación en el evento la comunidad realizó ventas de \$ \$793.000 y llevo un valor de \$1.944.000 en inventario es decir que vendió el 41% de los elementos que llevo a feria, se con el siguiente contacto comerciales: la señora Mónica Valderrama de la gobernación del Huila datos de contacto: Neiva – Cra. 4 calle 9 esquina cel.: 3219868625, producto de interés: vestido en elaboración en chaquiras.
- ✚ No se llevó el registro de clientes potenciales, se tomó nota del cliente en un cuaderno.
- ✚ En el espacio también se preguntó respecto al proceso de formalización, respecto a ello la comunidad ya lleva adelantado los borradores de los estatutos y el acta de conformación de la asociación, los cuales se anexan al siguiente documento.

Una vez terminada la socialización de la actividad en feria y el proceso de formalización , 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.

#### **Objetivo(s):**

- ✚ Socializar la participación del evento feria a la comunidad, aprendizajes y experiencias, parte de las personas que asistieron al evento: Sandra Peña y doña Gabriela.
- ✚ Realizar el taller de control y gestión de materia prima
- ✚ Realizar el taller de estrategias y canales de comercialización.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## 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 lo explicado, dónde se solicita a la comunidad que realicen un listado de los proveedores de su materia prima y que realicen el respectivo proceso que se debe incluir en el formato.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## 1. 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 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.

La actividad conto con la participación de los miembros de la comunidad, donde todos participaron con su opinión y esta fue plasmada a través de un post-it nota e incluida en la matriz DOFA que se realizó para la comunidad.





	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p><b>MATRIZ DOFA</b> <b>INGA</b> <b>MUSURRUNAKUNA</b> <b>- SUMAG</b></p>	<p>-El grupo cuenta con miembros altamente creativos.</p> <p>-Existe unidad</p> <p>-Conocen sobre el manejo de las semillas para la elaboración de diferentes elementos.</p> <p>-Se Encuentran ubicados en un lugar estratégico que llama la atención del turista o visitante.</p> <p>-conocen su cultura e identidad</p> <p>- a pesar de las adversidades la comunidad ha permanecido unida y ha afianzado los lazos de hermandad, compañerismo y comunicación.</p> <p>-son autónomos en la toma de las decisiones.</p> <p>-Cuentan con una líder visible como también otros miembros de la comunidad que ejercen este rol en los momentos</p>	<p>-los miembros más jóvenes de la comunidad no siguen las tradiciones de esta, lo cual preocupa ya que esto tiende a que se desaparezca los usos y costumbres de la comunidad.</p> <p>-presentan falencias en el proceso de terminado en los productos, lo cual afecta la calidad de este.</p> <p>-La mayoría de los miembros de la comunidad no se dedican al 100% al desarrollo de la actividad artesanal, afectando en ocasiones los procesos de producción.</p> <p>-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, lo cual hace que se dediquen a otras actividades.</p>



	<p>que se requieran</p> <p>-Cuentan con marca propia que les identifica SUMAG.</p>	
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>-Dar a conocer el producto en diferentes eventos feriales.</p> <p>-Ubicación del cabildo, ya que se proyecta como un lugar turístico que atraiga a potenciales clientes de paquetes etnoturistas, que incluyan todo lo que comunidad tienen por mostrar, aprovechando que Mocoa es un lugar visitado por muchos extranjeros.</p> <p>-posibilidad de contar con una relación comercial en los países de la India y Austria.</p> <p>-la reconstrucción del cabildo después de la avenida torrencial ocurrida el pasado 31 de marzo de 2017, ha motivado a diferentes entidades y personas a activar su sentido</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>-Generar alianzas estratégicas que permitan tener un avance significativo al grupo, aprovechando el apoyo interinstitucional que en el momento posee el grupo y las cualidades que caracteriza al grupo respecto a la creatividad, unión, buena comunicación. y que estas alianzas permitan obtener el desarrollo que el grupo desea potencializar, el cómo crear un lugar etnoturístico aprovechando la zona donde se encuentran y que se centre con el apoyo de la reconstrucción del Cabildo Inga Musurrunakuna, donde logren mostrar el desarrollo de su actividad artesanal y las diferentes actividades que poseen como cabildo.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>-es importante que las tradiciones y costumbres se mantengan dentro de la comunidad, ya que es esta historia lo que se plasma en la elaboración de cada uno de los productos que el cabildo INGA MUSURRUNAKUNA a través del grupo de artesanos SUMAG, por ende, es importante fortalecer los conocimientos e involucrar las nuevas generaciones, realizando gestiones de procesos productivos con diferentes instituciones que apoyen iniciativas de reactivación cultural y empoderen a los jóvenes y vean la importancia y el potencial que posee la artesanía desde el enfoque étnico y cultural.</p> <p>-Capacitaciones constantes en procesos de mejorar la técnica del arte y el oficio y perfeccionar acabados, alineando los diseños</p>



<p>solidario, donde se vinculan comprando las artesanías de la comunidad donde se traduce como su aporte a la reconstrucción del cabildo Inga Musurrunakuna.</p> <p>-Contar con el apoyo de entidades como Artesanías de Colombia y de otras entidades en diferentes procesos productivos.</p>	<p>-Generar estrategias de mercadeo con enfoque social para la comunidad.</p>	<p>acordes al mercado respecto a sus gustos y preferencias con el ánimo de aprovechar potenciales clientes internacionales y turistas que visitan la región.</p> <p>-En el momento de generar alianzas, se puede buscar la alternativa de cofinanciar proyectos que apalanquen alternativas de proyectos de generación de ingresos para miembros de comunidades indígenas, y aún más alinearlos desde la parte artesanal.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></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>-algunas de las zonas donde se extraen las semillas existe aún grupos al margen de la ley.</p> <p>-Que tengan que volver desplazarse ya que hasta el momento no cuentan</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p>-Continuar con el nivel de preparación en diferentes temas organizativos y de producción, lo cual garanticen la sostenibilidad del grupo artesanal, en el caso de que las ayudas que en este momento tiene el grupo en un momento</p> <p>-realizar actividades que permitan generar un mayor ahorro para el fondo comunitario, lo cual garantice recursos a futuro para la comunidad y así garantizar la</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>-Motivar la participación en espacios y eventos feriales a 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>



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



con la respectiva escritura del predio donde se encuentran.	continuidad de diferentes actividades que se generan al interior de la comunidad.	
---	---	--



## 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 CABILDO INGA MUSURRUNAKUNA- SUMAG**

<p><b>8.Socios Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Proveedores locales y Nacionales</li> <li>-Entidades públicas y Privadas</li> <li>-Clientes actuales y potenciales</li> </ul>	<p><b>7.Actividades Clave</b></p> <p>Capacitación constante dentro del grupo Sumag como son: ventas, costos, aprovechamiento de la materia prima</p> <p>Transmisión de conocimientos y saberes el cual permitan mantener la identidad cultural.</p>	<p><b>2.porpuesta de valor</b></p> <p>Entregar al cliente productos con carga cultura e identidad de la comunidad Inga Musurrunakuna, el cual se otorga productos de protección denominado-línea “Chondur”, el cual entrega al cliente productos con buena energía y protección.</p>	<p><b>4.relación con los clientes</b></p> <p>Buena atención y trato personalizado con los clientes</p>	<p><b>1.segmento de clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Turistas o extranjeros.</li> <li>-Compradores locales, almacenes de bisutería y accesorios.</li> <li>-Mujeres de edades de 20 a 40 años con gusto por los accesorios.</li> </ul>
<p><b>9. estructura de costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Costos de Producción</li> <li>-Costos de Materia Prima</li> <li>-Costos de Maquinaria y equipo</li> <li>-Costos de Servicios Públicos Básicos</li> <li>-Costo de Mantenimiento del lugar donde se encuentra la comunidad</li> </ul>	<p><b>5. Fuentes de Ingreso</b></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.</p> <p>Los medios de pago son por lo general en efectivo y a menor escala a través de transacción bancaria.</p> <p>-creación de un fondo comunitario para contar con recurso para eventos futuros.</p>			



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



### 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 Cabildo Inga Musurrunakuna, el enlace es: <https://www.facebook.com/cabilgoinga.musurrunakuna.5>

Un avance importante durante la visita fue que se logró construir los respectivos borradores de los estatutos y acta de constitución para la conformación legal del grupo de artesanos del cabildo Inga Musurrunakuna- SUMAG.

### Dificultades:

Dentro del proceso algunos miembros de la comunidad manifestaron lo difícil que es en algunas ocasiones encontrar materia prima natural, la cual ellos utilizan de forma constante en la elaboración de sus productos, como la semilla para la elaboración de los collares y la palmicha para la elaboración de jigras, por diferentes aspectos: en las zonas donde se encuentra algunos de estos elementos hay presencia de grupos al margen de la ley, otro factor las condiciones climáticas que afectan la producción de los elementos y en ocasiones esta sea escasa, dificultando procesos de producción artesanal de la comunidad.





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## MES 4

### VISITA 4

## REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEREO

### Situación identificada:

El pasado 12 de octubre se programó la visita con la comunidad Inga Musurrunakuna de la ciudad 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.

Durante la visita manifiestan su preocupación respecto a que no han iniciado con la respectiva trasmisión de saberes, el espacio donde la comunidad reúne a los ancianos y sabios de la comunidad y los cuales darán a conocer la ancestralidad de la comunidad y que este conocimiento permita realizar productos con identidad, los cuales son unas de las debilidades del mismo, por ende la comunidad propone realizar esta importante actividad el próximo 3 de noviembre en el resguardo de la comunidad, se explica que es importante en este evento se cuente con la asistencia de la mayoría de los integrantes de la comunidad, que los más sabios estén en el lugar, y que para el espacio se cuente con todos los aspectos logísticos: alimentación, silletería, sonido en caso de requerirse, etc.

### Objetivo(s):

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

### Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad, durante el día 12 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 nuestro 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

### Estrategia de diferenciación en promoción

- ✓ Consiste en dar a conocer e informar o hacer



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✓ 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 semillas y el tejido en semilla con el objetivo de realizar las siguientes actividades:

1. Cada grupo tendrá una estrategia: Producto, precio, plaza y promoción.
  - ✓ **Productos:** bisutería en semillas y chaquira, jigras



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✓ **Precio:** el precio de los productos estará sujetos a la disposición de materia prima natural, ya que está en algunas ocasiones del año escasea lo cual se ha convertido en un factor que hace que su valor varíe, el comportamiento de la oferta y demanda.
- ✓ **Plaza:** nuestros productos serán exhibidos en diferentes eventos feriales, fiestas patronales de la región, casa de cultura, terminales, aeropuertos, plazas de mercado, hoteles.
- ✓ **Promoción:** para ellos realizaremos los siguientes tipos de descuentos: por fechas especiales (como el día de la raza, día de la madre, amor y amistad, cumpleaños, entre otros), compras al por mayor. Promover en diferentes medios la campaña “con tu compra aportas a la reconstrucción de la comunidad Inga Musurrunakuna “.

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

- ✓ **Debilidad:** condiciones climáticas que hacen que la materia prima se escasee.
- ✓ **Fortaleza:** tiempo de durabilidad del producto
- ✓ **Oportunidad:** dar a conocer la identidad propia y aprovechar al máximo el apoyo institucional, para mostrar cultura.
- ✓ **Amenaza:** competencia desleal, que se agote la materia prima, no llegar a acuerdos comerciales que permitan la fácil comercialización de los productos

3. Definición de canales de comercialización de la comunidad (30

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.

- ✓ Generar productos con carga cultural e identidad y que cumplan con los estándares de calidad requerido productos caracterizados de poseer una alta calidad, durables y que construyen historia.



✓ 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





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



## 1. 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.

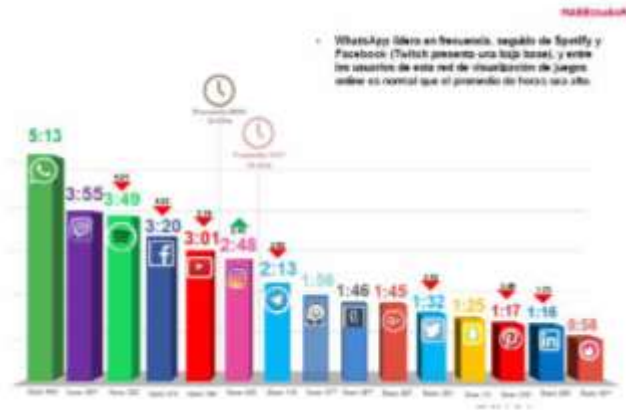


### ¿cuáles son las redes sociales más usadas?





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



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



- El uso principal de las redes sociales continúa siendo "social" (chatear/Enviar mensajes, ver qué hacen tus contactos).
- El chatear/Enviar mensajes va ligado a WhatsApp y Telegram.
- Ver Videos / Música continúa siendo una actividad destacada debido a la fuerza de YouTube y Spotify.
- Entre un 18-24% sigue a marcas, participa en concursos y habla de compras realizadas.



GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



## Proceso de compra en las redes sociales



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

#### 2. Crean “Posicionamiento de Marca”

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

#### 3. Permiten “Construir relaciones”

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

#### 4. 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 Cabildo Inga Musurrunakunna, el enlace es:

<https://www.facebook.com/cabilgoinga.musurrunakuna.5>





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



2. publicar 5 fotos de productos con medidas y precios por cada visita comercial



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





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



### **pautas de implementación: eje de comercialización y mercadeo**

#### **1. Delegar un responsable del manejo de la red social.**

De acuerdo al acta del 7 de agosto de 2018 las personas responsables de llevar a cabo la creación y administración de la cuenta en Facebook para la comunidad son el señor Marino Peña identificado con cedula de ciudadanía N°97.425.202.

2. tomar registro fotográfico de los productos y talleres comerciales y compartirlos al responsable para ser publicados.
3. Establecer un compromiso para publicar el contenido de los productos y talleres (firmado en acta)
4. 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

### **Compromisos:**

- ✓ actualizar la página como grupo de artesanos en Facebook Cabildo Inga Musurrunakuna.
- ✓ publicar 5 fotos de productos con medidas y precios
- ✓ 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**

### **Situación identificada:**



El pasado 12 de octubre se programó la visita con la comunidad Inga Musurrunakuna, con el objetivo de iniciar las asesorías en el componente del eje de formalización empresarial en el tema de creación del fondo comunitario.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Durante la visita manifiestan su preocupación respecto a que no han iniciado con la respectiva transmisión de saberes, el espacio donde la comunidad reúne a los ancianos y sabios de la comunidad y los cuales darán a conocer la ancestralidad de la comunidad Inga y que este conocimiento permita realizar productos con identidad, los cuales son unas de las debilidades del mismo, por lo cual la comunidad propone realizar esta importante actividad el próximo 3 de noviembre en las instalaciones del resguardo de la comunidad, se explica que es importante en este evento se cuente con la asistencia de la mayoría de los integrantes de la comunidad, que los más sabios estén en el lugar, y que para el espacio se cuente con todos los aspectos logísticos: alimentación, silletería, sonido en caso de requerirse, etc.

### **Objetivo(s):**

- ✚ Realizar asesoría respecto a la creación del fondo comunitario

### **Desarrollo:**

Las actividades se desarrollaron con los miembros de la comunidad en el resguardo Indígena de la comunidad Inga Musurrunakuna ubicada en la vereda Planadas el día 12 de octubre del año en curso, donde se inicia con la asesoría en la importancia de crear el fondo comunitario.

## **1. FONDO COMUNITARIO**

Se da a conocer al grupo la importancia de que internamente se cuente con fondos disponibles que permitan sufragar un tipo de gasto en concreto.

Se presenta al grupo como una herramienta que permitirá el fortalecimiento de la organización interna teniendo en cuenta que la apertura del fondo comunitario se creará partiendo de la disposición del grupo.

Este debe crearse con un porcentaje mínimo del 3% al 4%.

El rubro de este fondo se destinará únicamente para:

- ✓ Apoyo en el transporte de mercancía a eventos comerciales
- ✓ Apoyo transporte de los artesanos participantes de los eventos Comerciales
- ✓ Compra de Materia Prima para elaboración de productos Artesanales



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



✓ Apoyo logístico

para alimentación en talleres en zona.

Para ello la comunidad a ha decidido mediante acta del 8 de octubre la creación del Fondo Comunitario, donde la comunidad decide estipular los siguientes aspectos:

- ✓ El monto de apertura para la creación del fondo comunitario será de \$100.000, monto que se distribuirá entre los 12 miembros de la comunidad, el cual corresponde a un aporte aproximado de \$6.700 pesos
- ✓ se destinará el 3% de las ventas de los productos que el grupo artesanal de la comunidad, como también la realización de actividades extra como ventas de comidas.
- ✓ la persona encargada de llevar el adecuado control del registro de los ingresos y egresos del fondo comunitario de la comunidad Inga Musurrunakuna será el señor Marino Peña, identificado con cedula de ciudadanía No 97.425.202 de Puerto Guzmán
- ✓ Se explica a la comunidad la importancia de llevar el correcto registro de las actividades del fondo, así como se explicó en el registro contable, de igual forma la importancia de contar con los respectivos soportes (facturas, recibos de caja y demás)
- ✓ Se da a conocer que el fondo al igual que el libro diario será objeto de constante seguimiento.
- ✓ Al finalizar la sección la comunidad está de acuerdo con lo anterior, por lo cual se anexa al siguiente documento la respectiva acta y listado de asistencia.

### **Compromisos:**

- ✓ Llevar a cabo el diligenciamiento y reporte del fondo comunitario parte de señor Marino Peña, identificado con cedula de ciudadanía No 97.425.202 de Puerto Guzmán, 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 contante revisión y seguimiento.



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## CONCLUSIONES Y

### RECOMENDACIONES

- Es importante resaltar el compromiso y disposición de los miembros de la comunidad en cada una de las asesorías dictadas por parte del componente comercial y fortalecimiento empresarial, lamentable en algunas ocasiones se evidencio baja asistencia, debido a diferentes compromisos que algunos miembros de la comunidad se les presento en algunas ocasiones, en términos generales la comunidad logro obtener la mayor parte de las asesorías en los componentes de formalización empresarial y comercial y mercadeo.
- 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, cuenta con los respectivos borradores de acta de constitución y estatutos para conformarse como asociación del grupo de artesanos del cabildo Inga Musurrunakuna- SUMAG.
- 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 elaboró 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.
- 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 diagnostico grupal del cómo 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.
- Es importante resaltar que el grupo de artesanos SUMAG ha participado en diferentes espacios feriales a través de su vinculación en el programa, los cuales le ha permitido dar a conocer los productos que la comunidad elabora, los eventos son:





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



- ✓ Mercado local: participación en la feria de economías propias que se llevó a cabo en la ciudad de Mocoa los días 10 y 11 de noviembre del año 2017.
- ✓ Mercado Nacional: participación en la feria expo artesanías 2017 del 6 a 19 de diciembre en la ciudad de Bogotá, participación en el Encuentro de Economías Propias la cual se llevó a cabo en la ciudad de Neiva los días 16 al 19 de agosto del año en curso.
- ✓ Dentro de la participación en estos eventos ha logrado la comunidad realizar ventas y generar contactos comerciales, para el caso de la feria en la ciudad en Neiva se tiene el siguiente reporte: venta total \$793.000 equivalente al 41% del total del inventario que la comunidad llevo para este espacio, contactos comerciales: Mónica Valderrama perteneciente a la entidad de la gobernación del Huila cel. 3219868625, producto de interés: productos elaborados en chaquira.
- ✓ Se recomienda que la comunidad ponga en practica lo aprendido respecto a los terminados y acabados que les exige el mercado, esto con el animo de que las ventas aumenten y fortalezcan su línea Chontur o de protección, las cuales son las líneas que se producen a partir de las semillas de las cuales caracteriza a la comunidad y dentro de sus tradiciones estas son utilizadas como mecanismo de contrarrestar malas energías.
- ✓ se recomienda a la comunidad que se tenga claro y definido los roles de los miembros del grupo, en el caso de que se constituyan como asociación, ya que por el momento varias de las responsabilidades ha sido asumida por la artesana líder y dos miembros mas de la comunidad, por lo cual es necesario que se tenga claro el tema de roles y responsabilidades, los cuales son necesarios a la hora de legalizarse y permitirá dar un avance importante para la organización del grupo artesanal SUMAG..