



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS INDÍGENAS
Y COMUNIDADES NEGRAS, AFROCOLOMBIANAS, RAIZALES Y PALENQUERAS- NARP EN
COLOMBIA

Convenio Interadministrativo No. 285 de 2018 Suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y
Turismo y Artesanías de Colombia, S.A

REGISTRO DE IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO



Comunidad:	Resguardo ASOUDIC (Asociación Unión Indígena Cuduyari).	Etnia:	Cubeo
Departamento:	Mitú	Municipio:	Vaupés

Asesor(a):	Ray Rodríguez - Mónica González	Artesano Líder:	Luz Mary Martínez
Oficio:	Alfarería	Técnica Utilizada:	Alfarería



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



1. Situación identificada:

La comercialización de productos sigue siendo débil dentro del proceso artesanal, esta actividad se ha ido volviendo cada vez más importante y con el nuevo proyecto de Etno-turismo se ha convertido en elemento fundamental para el grupo.

Plantean el desarrollo de un proyecto de etno-turismo en colaboración con otras dos comunidades de la zona, ofreciendo recorridos por estas comunidades en las cuales el turista aprende del modo de vida y



prácticas de los cubeo, sus historias y puntualmente en el caso de Puerto Golondrina de su actividad artesanal.

El perfil del cliente está definido a nivel local por los turistas y trabajadores foráneos. A nivel regional tienen reconocimiento por parte de las entidades públicas del departamento, quienes también han sido compradores esporádicos; a nivel nacional han participado en ferias grandes como

Expoartesanías donde lo que más han vendido han sido los productos elaborados en barro blanco, venden sus productos en la feria que se realiza en Mitú el 2 de julio de cada año; hace varios años que no participan en Expoartesanías. Es necesario la búsqueda de un mercado para el posicionamiento nacional.

Tienen una imagen que se logró con el trabajo conjunto con la comunidad, sin embargo, esta representa la comunidad más no la artesanía que elaboran; si hay sentido de pertenencia con la imagen que desarrollaron hace algunos años con el proyecto orígenes.

Algunos artesanos venden en Mitú, pero otros únicamente en las ferias regionales del programa, no manejan libro contable, no hacen seguimiento a clientes y los precios los sacan según el mercado local.



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





2. Objetivo(s):

Lograr que la comunidad logre crear una estrategia para tener los precios reales de sus productos y desarrollar habilidades comerciales para su participación en eventos comerciales, además de crear estrategias para llegar a un mercado mas específico que no dude en pagar por sus productos.

3. Desarrollo:

Implementación realizada	
	
<p>Acciones Realizadas</p>	<p>1. TALLER DE HABILIDADES EN VENTAS</p> <p>Luz Mary, como líder artesana, lideró la actividad de Habilidades en Ventas, donde los artesanos lograron desarrollar sus aptitudes y actitudes a la hora de vender. Se tiene en cuenta todo el proceso de venta, desde el saludo, la sonrisa, la postura, la presentación personal y se hace énfasis en este punto,</p>





porque durante la actividad se descubrió que muchas veces ni siquiera se saluda y es la primera imagen que el cliente percibe.

Para empezar, se organiza a la comunidad para hacer una dinámica donde se plantea un escenario como si estuvieran en una feria. Se explica que el primer paso en el proceso de la venta es hacer un saludo amable, tener buena actitud, sonreír y estar atento al cliente, es importante, hacer una presentación



personal y de la comunidad, entender que no todos los clientes son iguales y hay que identificar que tipo de cliente es el que se tiene al frente para saber como abordarlo.

Para entender esta dinámica, los artesanos se presentan como diferentes tipos de clientes: ejemplo, está el cliente que es grosero, el que saluda pregunta y compra, o el que pregunta por todo y no compra, también está el cliente amable y generoso, pero puede aparecer el cliente que le pida la máxima rebaja por pocos productos, pueden llegar clientes que compren al por mayor, pero además puede aparecer el cliente que sin darse cuenta se lleve la mercancía sin pagarla.

Es así, que, durante todo el proceso, se explica cómo se debe abordar a cada uno, se habla de las precauciones y cuidados que se deben tener para lograr que la venta sea efectiva. Dentro de estas cosas a resaltar, se debe tener en cuenta, el tener control de la mercancía exhibida para evitar el robo.





Para terminar, se tiene en cuenta el cierre de la venta, un punto determinante en el proceso, ya que se debe tener cuidado con los descuentos que se le ofrecen a los clientes, para que el artesano no pierda y el cliente quede satisfecho con su compra, puesto que durante la actividad se descubre que los artesanos tienen una actitud laxa frente al descuento.

De esta manera, se logrará tener clientes fidelizados y felices con su compra, que podrán recomendarlos con sus amigos y allegados.

Adicional, se recalca la importancia de contar una historia detrás de cada producto, un significado, ya que esto le dará un valor agregado al producto final.

2. TALLER DE COSTEO DE PRODUCTOS

Para el taller de costeo se explica paso a paso cada una de las tareas, para lo cual se toma en cuenta como primer producto un canasto en bejuco y se les pregunta en cuanto lo vendían. Se hace un consenso con la comunidad para saber el valor real del tiempo en trabajo de recolección en materia prima. Se hace énfasis en costear el tiempo de trabajo, para dignificar la labor manual teniendo un reconocimiento económico, así esta labor se haga en tiempos de descanso.





	<p>Paso a paso se tiene en cuenta el costo de adquisición de la materia prima, tiempos en la recolección del bejuco y en la transformación de la materia prima; se costea también la mano de obra teniendo el tiempo de elaboración, los artesanos dicen que tejen los canastos en sus tiempos libres, sin embargo, se les explica la importancia de que ese tiempo sea pagado.</p> <p>También se tiene en cuenta otros costos adicionales como etiquetas, y para terminar se hace un 15% como porcentaje de ganancia para cada uno de los productos y un 5% de incremento para el precio de descuento máximo, de esta manera los artesanos tienen un rango de 10% para dar descuentos a sus clientes, esto, dependiendo de la cantidad de productos que compren.</p> <p>Para finalizar este costeo se hace un comparativo entre el precio real con el precio que tenía la artesana y se concluye que la artesana vendía su producto mucho mas económico, no tenía en cuenta el tiempo invertido en la elaboración, que hizo que el precio tuviera un gran incremento respecto al precio que venían usando.</p> <p>Luego se costeo paso a paso el precio en un canasto en bejuco, que es otro tipo de materia prima, en compañía de los artesanos para lograr despejar dudas respecto al proceso de costear.</p>
Acciones Realizadas	<p>Se crea la primera lista de precios.</p> <p>Lograr costear productos con toda la comunidad.</p> <p>Hablar acerca de la importancia del proceso de la venta y como se lleva a cabo.</p>





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



4. Logros:

- Lograr despertar el interés en las ventas y que la comunidad le de importancia a este proceso.
- Identificar las personas que tienen mejor actitud para vender.
- Unificar precios en la comunidad.
- Tener una lista de precios.
- Costear los diferentes productos de la comunidad.

5. Dificultades:

- No se sienten en comunidad, y se ve mucho individualismo.
- Transporte de la mercancía.
- La comunicación es complicada, no hay señal de celular.
- No tienen internet.
- No hay transmisión de saberes para de los jóvenes, porque viajan a ciudades capitales en busca de mejores oportunidades.



6. Compromisos:

- Realizar ejercicios de ventas entre ellos para mejorar sus habilidades comerciales.
- Terminar de costear productos.
- Etiquetar los productos.
- Ponerle precio a todos los productos.
- Inventariar los productos que van a Expoartesanias.



NOMBRE DEL ASESOR: Ray Rodríguez - Mónica Lorena González Rubiano

Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia

