

**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**



<b>Asesor(a):</b>	<b>Mónica González</b>	<b>Artesano Líder:</b>	<b>Arcenio Moya</b>
<b>Oficio:</b>	<b>Tejeduría en rollo Werregue</b>	<b>Técnica Utilizada:</b>	<b>Tejeduría en rollo</b>

<b>Comunidad:</b>	<b>Warkhi</b>	<b>Etnia:</b>	<b>Wounaan</b>
<b>Departamento:</b>	<b>Bogotá</b>	<b>Municipio:</b>	<b>Bogotá</b>

**1. Situación identificada:**



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

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia



La comunidad Wounaan Nonam se encuentra desplazada por el conflicto armado que por décadas ha desencadenado pobreza y masacre en el departamento del Chocó. Son más de 13 años perviviendo al sur de Bogotá en la localidad de Ciudad Bolívar en el barrio Vista Hermosa.

La comunidad está compuesta por más de 100 familias, las mujeres con una fuerte vocación artesanal tejen y ayudan al proceso de alistamiento de la palma de Werregue mientras los hombres tallan la madera y comercializan los productos.



Actualmente la comunidad no cuenta con apoyo de entidades gubernamentales del orden nacional o local, solamente tienen un canal de comercialización definido con la subgerencia de promoción de Artesanías de Colombia quien compra parte de la producción de los artesanos durante el año.

Aún no tienen una organización comercial donde se lleve registros de listas de precios, ni registros de producción ni códigos para entregar productos, además su canal de comercialización está focalizado en la venta de sus productos al gobernador del cabildo, quien los compra a precios muy bajos.

Tampoco tienen una agenda de clientes para realizar seguimiento o cerrar negocios, así como la falta de un inventario formal de productos, así mismo no participan en ferias a nivel regional, ya que el proceso de comercialización es realizado por el gobernador.

El grupo no cuenta con una estructura clara del cálculo de sus costos de producción y asignación del precio de venta a sus productos ni poseen un canal de difusión para posicionar sus productos en el mercado.

Tampoco cuentan con un catálogo de productos propios, lo que ha dificultado la penetración de mercado y la ampliación a nuevos clientes, además no poseen un catálogo de productos que permitan ser distribuidos en tiendas especializadas de artesanías, bisutería, moda y/o accesorios.

## 2. Objetivo(s):

Lograr fortalecer comercialmente a toda la comunidad por medio de talleres prácticos, donde logren identificar sus habilidades comerciales y entiendan conceptos básicos para la comercialización de sus productos acompañado de un plan de mercadeo exitoso.

## 3. Desarrollo:

### Implementación realizada





<p>Acciones Realizadas</p>	<p><b>1. HABILIDADES EN VENTAS</b></p> <p>Se realizó una introducción acerca de la importancia que tiene que cada uno de los integrantes desarrolle habilidades para la venta. A continuación se efectuaron preguntas de como ellos perciben las ventas, que significan las ventas para ellos, que sienten que es importante en el proceso de venta.</p> <p>Se explicó cuáles son los factores importantes durante el proceso de la venta.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En conjunto se logro explicar los pasos que se deben seguir en el proceso de la venta y cuáles son las características que debe tener un vendedor.</li> <li>2. Sensibilización sobre la calidad de los productos que ofrecen.</li> <li>3. Hicimos ejercicios como “clínicas de ventas” poniendo a prueba lo aprendido y así entre todos lograr caer en cuenta en los típicos errores que se cometen a la hora de vender.</li> </ol>
----------------------------	--





## 2. TALLER COSTEO PRODUCTOS

Para el desarrollo del taller de costos fue necesario hacer una explicación básica de conceptos como: costos, materia prima, precio de venta, mano de obra.

Empezamos costeo la bandeja grande, para lo cual sacamos los datos básicos como las medidas y la referencia. A continuación sacamos los costos de materia prima, donde se socializo la cantidad de cogollo (unidad de medida) para la elaboración de una sola bandeja, se sumó también el valor del guardaescoba que se necesita para la bandeja en cuestión.

Después logramos sacar el tiempo real de la mano de obra para la bandeja ya que





aunque la comunidad dice que se demoran dos meses, cuando revisamos el tiempo real, quitándole el tiempo que invierten en labores domésticas y en otros oficios reconocen que realmente es mucho menos el tiempo que le invierten a tejer, este tiempo se saca en horas diarias de labor. También se tiene en cuenta el tiempo del alistamiento para finalmente sumar todos los costos de la mano de obra.

Para sacar los costos indirectos de fabricación fue necesario sacar el valor total del transporte, dividirlo por la cantidad de cogollos para así tener el valor de un solo cogollo para salir de territorio, para llevarlo al terminal y finalmente el transporte a Bogotá. Y sumamos todos y multiplicamos por la cantidad de cogollos que se necesitan para hacer una bandeja.



Para sacar el costo total, se logra sumar los tras costos anteriores que se sacaron: costo de materia prima, más costo de mano de obra total, más costos indirectos de fabricación.

Finalmente, para el precio de venta se acuerda con la comunidad que tengan una utilidad del 10% sobre los productos y un 5% de dcto.

Terminada la explicación y después de despejar algunas dudas, logramos empezar una actividad donde los dividimos en grupos de 4 personas y





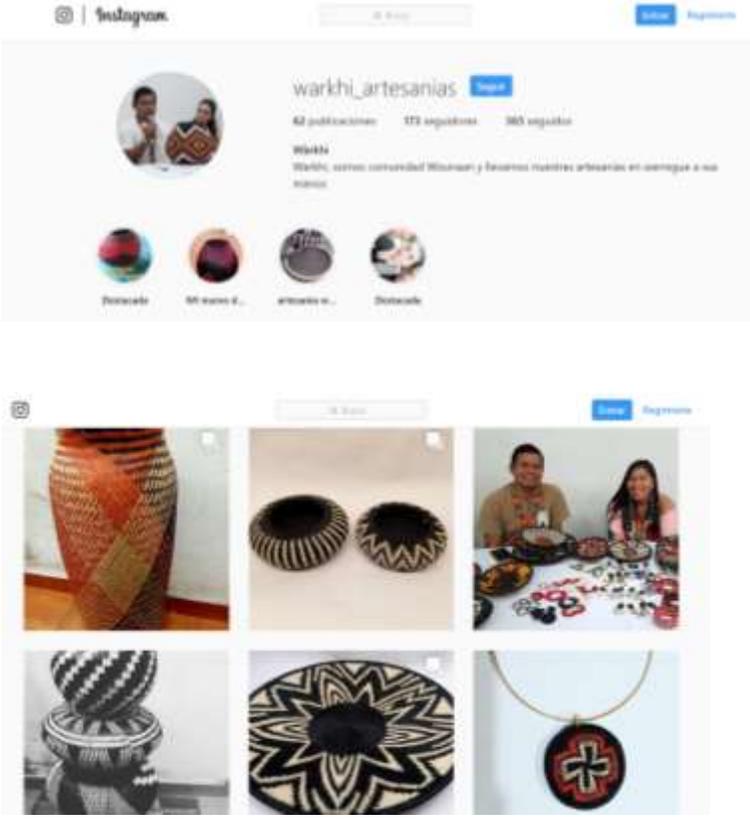
paso a paso cada uno de los grupos empezó a hacer el costeo de un producto designado, de esta manera se logró despejar dudas y que lograran entender el paso a paso y la importancia de hacer un buen costeo de cada uno de los productos.

### 3. TALLER DE REDES SOCIALES

Al artesano líder ha empezado a manejar redes sociales, lo que ha hecho indispensable hacer un taller de cómo usar redes sociales como Instagram, que información debe ir en el pie de página, el uso de hashtag (#) y como se deben tomar las fotos de los productos para que sean más atractivos para quien los ve. La comunidad también se muestra muy interesada en saber manejar este tipo de comunicación ya que le ven potencial y se dan cuenta que por este medio se puede lograr llegar a más gente.





	<p>Se les hace énfasis en la importancia de hacer seguimiento, ya que es muy importante poder tener respuesta inmediata a las solicitudes que le lleguen ro esta red social. El perfil de la comunidad es: warkhi_arternias.</p>  <p>*Imágenes sacas del perfil de Instagram: @warkhi_arternias</p>
Acciones Realizadas	<p>Se crea la primera lista de precios.</p> <p>Se logran costear seis productos con toda la comunidad.</p> <p>Se le da alcance al manejo de redes sociales como Instagram.</p>

4. Logros:

- Lograr despertar el interés en las ventas y que la comunidad le de importancia a este proceso.



- Creación de la lista de precios.
- Se crea la apertura del Libro Contable y queda a cargo de Fabiola Mejía.

#### 5. Dificultades:

- Organizar los horarios por los hijos.
- Para hacer operaciones básicas de sumas, multiplicación y división.
- Manejo de calculadora.
- Manejo de matemáticas básicas.

#### 6. Compromisos:

- Realizar ejercicios de ventas entre ellos para mejorar sus habilidades comerciales.
- Terminar de costear productos.



NOMBRE DEL ASESOR:	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](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia

