



Convenio Interadministrativo No. 271 de 2015 suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A.

**Programa de fortalecimiento productivo y empresarial
para los pueblos indígenas en Colombia**

**Informe ejecutivo
Encuentro regional de economías propias
Villavicencio - Meta**

Artesanías de Colombia S.A., Bogotá, D.C. 2015



Artesanías de Colombia S.A.

Ana María Frías Martínez

Gerente General

Diana Pombo Holguín

Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Diana Marisol Pérez Rozo

Profesional

Coordinadora de Proyecto

Félix Antonio Marroquín Puentes, Asesor Comercial

Gladys Haydee Valero Segura, Asesor comercial

Revisión y edición

María Gabriela Corradine Mora

Profesional de Gestión - CENDAR



Encuentro regional de economías propias Villavicencio - Meta

Los *Encuentros Regionales de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia* se enmarcaron en el “Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Pueblos Indígenas en Colombia”, convenio 271 de 2015 celebrado entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia S.A., cuyo objetivo fue fortalecer el sector artesanal desde la promoción e impulso de sus actividades comerciales que les permitieran generar la apertura de nuevos mercados y oportunidades laborales en sus comunidades, aportando en la dignificación de los oficios tradicionales.

Popayán, Mitú, Villavicencio, Pereira, Medellín y Riohacha fueron los lugares que acogieron los *Encuentros Regionales de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia*, que contaron con la presencia de procesos productivos agroindustriales apoyados bajo el mismo programa por La Fundación Panamericana para el Desarrollo FUPAD. Los encuentros fueron espacios en donde las comunidades compartieron sus saberes ancestrales y su cultura material plasmada en expresiones y materiales tan diversos como lo es nuestro país. Estos eventos buscaron a su vez identificar nichos de mercados locales que fortalezcan la actividad comercial de los procesos económicos vinculados al programa, permitiendo generar conexiones para enriquecer el intercambio y la interculturalidad de las comunidades participantes.

Con el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia y la Fundación Panamericana para el Desarrollo – FUPAD Colombia; se hizo extensiva la invitación a participar del Encuentro Regional de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia realizado los días 29 de octubre al 1 de noviembre de 2015 en la ciudad de Villavicencio con la participación de los pueblos indígenas del centro del país, entre estos los pueblos Embera Katío, Guna dule, Wayúu, Embera Chamí, Embera Dobida, Ette, Camnëtsa, Inga, Nasa, y Wounaan.

29 de Octubre Villavicencio. Encuentro de saberes ancestrales

Se llevó a cabo una agenda académica con participación de 60 artesanos, de diferentes zonas del país. El desarrollo de este encuentro dejó ver un nivel importante de participación, de interés de los artesanos por generar reflexiones alrededor del trabajo artesanal, la representación de la actividad artesanal en los diferentes departamentos, iniciativas de asociación y fortalecimiento del tejido social y empresarial, así como el deseo por fortalecer y proteger su identidad cultural, sus prácticas y conocimientos.

La apertura del evento estuvo a cargo de delegados del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia y FUPAD, con el saludo de bienvenida a todos los participantes y el recuento de la programación del Encuentro Regional, presentando la agenda académica, el evento comercial y el equipo de Artesanía de Colombia y de FUPAD.



Acto de apertura de la actividad académica

Se llevó a cabo una actividad de fortalecimiento de comercialización en la cual se realizó una dinámica de saludo para presentarse entre los participantes mediante un círculo, repartiendo dulces, en donde cada artesano al terminar de presentarse (nombre y pueblo indígena le entregó el dulce a otro participante cerrando el saludo con “te regalo mi felicidad/paz/amistad...”



La tallerista preguntó a los participantes sobre su noción de venta, surgiendo varias perspectivas y definiciones:

Venta es...:

- Dar a conocer un producto
- Ofrecer un producto
- Obtener ganancias de un producto

- Vender una imagen y una cultura
- Exponer los productos
- Visibilizar el producto
- Demostrar el trabajo que se ha hecho
- Intercambio

Se utilizó la metáfora de la etapa del coqueteo donde se regalan detalles, se hace invitaciones, se arregla la persona, etc. Similar a lo que sucede en una venta donde se busca “enamorar” a los clientes, saber vender una imagen encantadora y ofrecer los mejores recursos del producto al cliente



Se realizó una clínica de ventas con la cestería en cumare

En la primera ronda artesanos con productos en cestería realizaron una venta en vivo a la llegada de varios participantes como clientes al “stand”, verificando que existen quienes regatean el producto, preguntan su significado, la calidad de la fibra natural, etc. Uno de los técnicos de FONTUR jugó el rol del comprador al por mayor, interesado en comprar una producción alta (pregunta por la producción /semana).

Después se recogieron algunos comentarios y sugerencias a la venta, donde relacionan:

- Se sugiere poner más cuidado a la atención al cliente (qué se le ofrece, buenos días, etc);
- Estar pendiente de la venta y no perder de vista los productos (robos),
- No concentrarse en una sola persona; tener en cuenta los perfiles de clientes y “no clientes” (que solo preguntan y no compran)

Se realizó una clínica de ventas con café del pueblo Nasa

Se planteó el ejercicio de una venta especializada que se pueden dar en ruedas de negocios o citas de negocios, donde el perfil del cliente sabe que quiere comprar (conoce el producto, las cantidades que necesita, precios, etc.). Se recrea el escenario de 1 a 1. Llegó un cliente buscando una CALIDAD específica (“cereza”) del producto, del cual el vendedor no presenta garantías perdiendo ventas al por mayor por no cumplir con las características, intentando de todas formas enganchar al cliente con el producto, logrando que compre una muestra.

Otro cliente llega buscando CANTIDAD, pidiendo en un año un promedio de toneladas; Se hace el negocio desde la libra. Se refiere a la calidad del producto, su procedencia orgánica, etc. Se propone rebaja al producto, una producción de 500 kilos semanales y se habla de un contrato de permanencia. Se juega al rol de cerrar negocio, a su vez pide que todos tengan sabor “cereza” y pide es garantía en el producto. El vendedor solicitó evaluar los requerimientos.

Se estableció que no hay conocimiento de la cantidad que se maneja a la semana, al mes o al año; tampoco se tenían claros los descuentos posibles. Frente a la presión del cliente empezaron a bajar precios sin considerar COSTOS; se les recomendó entregar información y publicidad para que los vuelvan a contactar, CONCRETAR en los primeros cinco minutos, “generar un enamoramiento muy rápido” donde se presente el producto ESPECIFICO y no empezar por presión a decir que si a todo. Se recalcó la importancia de aprender a manejar la presión de un negocio y saber hasta dónde comprometerse, proponer la cita especial frente a los requerimientos, el cliente sintió que todos sus requerimientos le fueron aceptados y fue un negocio magnífico.



Se hicieron varias observaciones sobre el compromiso de la venta y la presión de cerrar negocio sin tener en cuenta la capacidad productiva. Se resalta la seriedad del negocio,

donde es prudente no ceder a la presión de las demandas de cantidad, volumen o descuento, sino pedir plazos, nuevas citas de negocios, etc.

Ser seguro en la oferta, tener conocimiento del producto y manejo del lenguaje

Se dieron 10 TIPS:

- **IMAGEN:** la imagen que se proyecta del producto, un nombre, un logotipo, empaque, sticker, brochure, volantes, piezas de promoción.
- **CARTA COMERCIAL:** “de fina coquetería”, un cliente indeciso, que no se decidió. Enviar una carta al contacto donde recibe una nota del comprador, carta sencilla: saludo, invita a seguir conociendo los productos, una carta de RECORDACION.
- **MIRAR A LOS OJOS:** Si no se mira a los ojos no hay seguridad, no está interesado, da pie a sentir que se le puede estar mintiendo, MIRAR refleja tranquilidad, seguridad.
- **NO INSISTIR:** No ceder frente al cliente.
- **MANEJO DEL TIEMPO:** la venta se decide en los cinco primeros minutos.
- **ACEPTAR CRÍTICAS:** no molestarse frente a mejoras que propone el cliente.
- **PREPARARSE:** Llegar preparado al negocio, tener la información que se necesita.
- **BUEN GENIO:** No desesperarse con clientes intensos, agresivos en su demanda. Retirarse, tomar agua, respirar... buscar de nuevo la sonrisa, la buena disposición
- **ASEO:** Llegar bien presentado, buscar el “enamoramiento del cliente”.
- **ESPEJO EMPATIA:** generar empatía, hacerle cumplidos, manejar un mismo lenguaje corporal, hablar al mismo ritmo (rápido o lento), modular el tono de voz (alto o bajo), si llega un cliente agresivo o un cliente pasivo, copiar su tonalidad de voz, el ritmo de su hablado, manejar un lenguaje corporal similar, para sentir confianza en la venta por parte del comprador.

La Unidad Administrativa de Organizaciones Solidarias – Min Trabajo, realizó una presentación sobre la tarea de fomento y fortalecimiento de las organizaciones solidarias en Colombia (cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales, fundaciones, asociaciones, corporaciones organismos comunales y grupos de voluntariado)

Economía solidaria es: Cooperativas; Fondos de empleados; Asociaciones mutuales Solidarias de desarrollo, Fundaciones; Corporaciones; asociaciones; Grupos de voluntariado; Organismos comunales.

Sector productivo: Se busca que se organicen y el flujo de dinero que entra permanezca y sea sostenible.

INCLUSION no solamente INTEGRACION. Se trata de que la sociedad sea incluyente y solidaria con las diferencias (indígenas, discapacitados, tercera edad).

Los elementos de la asociatividad: Se trabaja desde el territorio. Estrategia frente a la competencia y el mercado. Llegar a un estándar y reconcomiendo comercial.

La solidaridad es una actitud, una disposición aprendida que tiene tres componentes: el cognitivo, el afectivo y el comportamental. De aquí que los conocimientos que una persona tiene son suficientes para fundamentar la actitud.



Empresa de economía solidaria: Es una asociación autónoma de personas que se unen de forma voluntaria con el propósito de enfrentarse a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad colectiva, sin ánimo de lucro y democráticamente controlada.

- Crear organizar empresas productivas y rentables (plan de negocios)
- ¿Cómo lo vamos a vender?
- ¿A quién se lo vamos a vender?
- Explica el camino de trabajo de la institución con las comunidades

Sensibilización/identificación/formulación (emprendedores potenciales) asesoría, entrenamiento y asistencia técnica

- PUESTA EN MARCHA (NACIENTES) estrategia de formalización
- PUESTA EN MARCHA (NACIENTES Y NUEVOS) Acompañamiento
- PUESTA EN MARCHA Estrategia de sostenibilidad

Asesoría, entrenamiento y asistencia técnica para el fortalecimiento socio empresarial

Dificultades en la comercialización y consecución de materias primas

Beneficios de asociatividad

- Comercialización
- Disminución de costos

- Distribución
- Poder de negociación
- Difusión de información
- Producción
- Desarrollo tecnológico
- Mejoramiento en el producto o servicio
- Ventajas comparativas y competitivas (día de la madre, navidad, etc.)

FONTUR – Viceministerio de Comercio Industria y Turismo expuso los mecanismos que tienen las comunidades indígenas para presentar proyectos a FONTUR. Se centró en el turismo comunitario y comunidades indígenas, resaltando que por medio del turismo desde su cultura pueden crear proyectos turísticos que promuevan economías propias.



La importancia de tener una oferta de servicios turísticos por parte de una comunidad organizada, que participa se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva de turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, de calidad y sostenibles.

- -Beneficios económicos: prestación de servicios e ingresos adicionales, ejemplo venta de artesanías.
- Beneficios ambientales: planear bien y cuidar los recursos naturales

Paso a paso como formular un proyecto:

- Legalmente constituidos: organización comunitaria (asociación, corporación)
- Cámara de comercio, registro nacional de turismo
- Planificación del turismo en el territorio (roles dentro de la comunidad), capacitación, preparación en servicio turístico

Se realizó un ejercicio de formulación del perfil del proyecto para presentar a FONTUR, dando ejemplos que ilustran diferentes proyectos turísticos (Nuqui), haciendo la identificación de servicios turísticos en la comunidad para formular un proyecto, en grupos de 10 personas.



Se identificaron, analizaron y reconocieron los atractivos turísticos

EJEMPLO: Paquete turístico

TIPS:

- Recursos naturales/culturales ☐ vocación del servicio
- Vías de comunicación y servicios básicos
- Organización
- No dejar de lado actividades tradicionales
- Buenas prácticas de sostenibilidad

OPIAC MESA REGIONAL AMAZONICA expone sobre las economías propias, modelo mixto donde se adaptan los pueblos indígenas al flujo del capital por lo cual no funcionan debidamente las organizaciones indígenas, por la autonomía financiera ya que son más organizaciones de representatividad y gobernanza. Los vínculos con la sociedad y el estado dependen de recursos que llegan de convenios por proyectos por cooperación internación y por el estado. Se debe ser autogestores de recursos y no dependientes.

Concepto de TRATO JUSTO (discurso del presidente Truman).

Modelo de desarrollo está basado en una estructura extractivista y depredadora. Los pueblos indígenas conciben desde su cosmovisión la naturaleza y el desarrollo de otras formas, son organismos que se plantean otras dinámicas. La propuesta de la mesa regional amazónica está en crear políticas públicas dirigidas a pueblos indígenas, es un espacio político de diálogo y negociación con el estado, busca apoyar iniciativas de economía propias, refiere a experiencias autosuficientes, autosostenibles.

Caminos de reciprocidad (encuentro de saberes)

Cada representante de las comunidades dio su ubicación en el mapa, con una breve descripción de su lugar de procedencia, los productos que elabora, algo acerca de su forma de vida y como la artesanía ha trascendido dentro de su cultura.

La temática general es la materia prima, conocer como es el manejo que se le da, como han cambiado las materias y los procesos e cosecha y extracción. Todo esto con el objetivo de reconocer entre los participantes no solo la variedad en materias primas que hay en la zona, si no también entender los diferentes manejos que se les da. Esto puede llevar a generar soluciones con respecto al aprovechamiento y la sostenibilidad de los recursos.

El artesano proveniente de Tuchín, Córdoba, expresó la dificultad de hoy en día para conseguir la caña flecha y aunque en la actualidad existe gran demanda para su producto, la materia prima no es suficiente para dar abasto a las exigencias del mercado, debido al mal aprovechamiento del recurso.

Se manifiesta que las entidades tienden a atender en su mayoría a quienes transforman la materia, olvidando a que es importante también educar a los productores y que desde ellos se puede mejorar la sostenibilidad de los recursos naturales.

Dado que en la región oriental se encuentran numerosos grupos artesanales que trabajan con la fibra de cumare, los artesanos participantes cuentan que hay elementos que perjudican la calidad de la fibra, entre ellos la fumigación y la deforestación para abrir espacio para la ganadería. Así mismo, varias personas expresaron que los terrenos en donde se encuentran las palmas son privados y por tanto muchas veces ellos no controlan el cuidado de las plantas y ni que les sea permitido extraerla. Según la experiencia de una artesana en Puerto Gaitán, se creó un proyecto comunitario para reforestar el cumare, sin embargo el proyecto no tuvo éxito porque ninguna palma creció, por lo que ella cree que la palma de cumare no se puede sembrar y solo nace de forma natural.

La representante de TIM SU del Guainía contó como en su comunidad han conservado los terrenos y los recursos de su propiedad, de manera que conservan su materia prima lo cual permite que su empresa pueda continuar. Esta es una tradición aprendida de los abuelos y es importante para ellos continuar con sus nietos.

Se tratan conceptos como la materia prima renovable, en donde se plasma que la pertinencia de permitir que los objetos que se realicen puedan volver a la tierra, de esta forma que su ciclo de vida sea amigable con la naturaleza.

Las indígenas wayuu cuentan que hasta ahora ha sido el SENA quien les ha permitido obtener la materia prima. Siendo que en la artesanía wayuu los hilos son de origen industrial, debe adquirirse fuera de su entorno, porque la práctica se ha vuelto esperar a tener el apoyo de una entidad. A pesar de ello, cuando una empresa se empieza a fortalecer y a ser consciente de lo favorable que puede tener un proceso productivo sustentable, también se empieza a planear un mejor manejo de los recursos. Igualmente, hacen la invitación para dejar de ver basura en todo lo que nos deje de servir, que por el contrario empleemos el reciclaje en las artesanías y empezar a innovar con otros materiales o incluir algunos objetos como accesorios de los productos.

Así se tenga bastante materia prima en la actualidad, es importante trabajar desde ahora para que el recurso nunca se termine, por tanto hay siempre que mirar hacia adelante, para garantizar la abundancia de recursos para sus hijos.

El representante del cabildo pijao del Huila expresa que es importante saber que antes de producir hay que sembrar, si lo que se quiere es tener producciones a gran escala se debe realizar una planeación previa para saber exactamente cuál es el terreno necesario para lograr eso, así como la cantidad de plantas y el estado apropiado.

Se habla sobre el cambio climático y sobre la incidencia del hombre en este. Por ello es importante que los adultos enseñen a sus hijos la manera correcta de tratar los recursos, ya que esta es la manera de permitir que sus tradiciones artesanales y agroindustriales se conserven en el tiempo.

Una persona de cada grupo socializa lo que se compartió en los grupos en dialogo. Por un lado un artesano instructor de Villavicencio, cuenta que hay varias entidades dispuestas a apoyar la conservación de los recursos, sin embargo son los indígenas quienes realmente conocen sus tierras, sus plantas y sus oficios, por tanto son ellos los mejores maestros.

Por otro lado Pedro, un gobernador de un cabildo del Meta, cuenta que los indígenas viven en diferentes situaciones por tanto el acceso a la materia prima es particular para

cada grupo indígena. Sin embargo sea el caso que sea, es importante darle valor tanto al recurso como al producto y a la tradición. Se hizo la reflexión sobre cómo sus ancestros han sabido manejar los recursos naturales, de manera comedida y controlada por eso muchos de ellos son considerados los mejores conservadores de la naturaleza.



Encuentro de Saberes - Caminos de reciprocidad

Cámara de Comercio del Meta expuso sobre los pasos que se necesitan para para la legalización de cada participante ante la Cámara de Comercio. Los beneficios y las oportunidades de generación de negocios, cuando se hace parte los suscritos en la entidad.

Corporación Autónoma Regional del Meta – CORMACARENA habló acerca del aprovechamiento forestal del recurso maderable y negocios verdes inclusivos. El objetivo de la conferencia fue generar conciencia en el buen uso de los recursos naturales. Implementar la reforestación y el uso autorizado de las maderas seleccionadas por los artesanos para la elaboración de los productos artesanales, tanto en la región como en del resto del país, también se habló sobre el uso indebido de algunas recursos exóticos como las plumas de ciertas aves para la fabricación de productos de bisutería tales como:

collares, aretes, coronas etc., el cual está prohibido y dichos productos estarían expuestos a ser confiscados.



Ejército Nacional de Colombia – Séptima Brigada - Oficina de Asuntos Étnicos expone su labor de asistir y capacitar a las comunidades indígenas de varias regiones del país, en varios temas educativos, a la vez se hacen brigadas de asistencia médica y de higiene oral.



30 de Octubre Villavicencio. Evento comercial

El primer día de exhibición y venta comercial se llevó a cabo el acto protocolario con el cual se dio inicio formal a la actividad de comercialización, se contó en la mesa principal con delegados de:

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo
- Gobernación del meta – Secretaria Social
- Organizaciones Solidarias
- Artesanías de Colombia S.A.
- FUPAD – Colombia
- SENA
- Oficina de Turismo del Meta
- Ejército Nacional de Colombia

- FONTUR
- Mesa Regional Indígena

Se dio inicio con los himnos de la Republica de Colombia, Departamento del Meta y de la Ciudad de Villavicencio y palabras de representantes. Este primer día comercial deo como resultado en ventas la suma de \$ 7.533.250, con un total de 30 stands y la participación de 62 artesanos.



Citas de negocios

Para el primer día de feria, se concertaron y atendieron, 13 citas de negocios interesados en el trabajo artesanal de cestería, cerámica, tejeduría en fibras naturales y tejeduría en crochet. Al igual que en mañoco, granadilla, gulupa y panela.



31 de Octubre Villavicencio. Evento Comercial

Los participantes estuvieron muy activos, con disposición para la venta y atención.

Se realizaron ventas por un valor de \$ 8.008.450. Se contó con 30 puntos de venta y la asistencia de 64 artesanos.

Fue interesante ver que los artesanos se sintieron más cercanos unos a otros, compartiendo sus logros frente a la feria, mostrándose más espontáneos frente a los clientes.



La participante de Inírida de la línea del Mañoco, vendió el total de sus productos antes de las 11 de la mañana, seguida por las también artesanas de Inírida que traían productos en cerámica y fibra natural, quienes llegaron a las ventas del 100%.

Citas de Negocios

Se atendieron cinco citas de negocio, interesado en el trabajo artesanal de cestería, teneduría, cerámica, mañoco y café.





Reporte de ventas segundo encuentro regional

FECHA	CIUDAD	DEPARTAMENTO	NOMBRE COMUNIDAD O STAND	VALOR
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	guaviare artesanal	\$90.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo panure y el refugio	\$125.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	alcumibe - emperatriz gongora	\$183.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	kamentza inga	\$704.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	caruru	\$75.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo corozal tapajojo - piapoco	\$147.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	achagua - eutimio garcia	\$45.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo wacoyo - carlos gaitan - jairo yepes	\$105.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resuardo caño mochuelo - wamonaé	\$238.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	wayuu	\$613.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	cabildo indígenea siriano - mariela saenz	\$375.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	wounaan maach dem	\$402.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	tapioca - diana gonzalez	\$103.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	asociacion pie de monte llanero alba oliva marque	\$164.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	arte zenu cañaflecha	\$376.500,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	coco viejo	\$1.149.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	corpidoac - graciaela barbosa	\$113.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	asocit	\$390.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	cumaribo	\$250.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo indígena maguare	\$453.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	adamenta	\$82.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	kiwe	\$228.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	apropesca	\$287.350,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	villa lucía	\$210.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	cabildo pijao - david quiroga	\$165.500,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	comunidad pijaos el vergel	\$228.700,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	bari - motilon - tibu santander	\$12.500,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo limonar	\$195.000,00
30-oct-15	VILLAVICENCIO	META	comunidad indígena el vergel	\$23.700,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	guaviare artesanal	\$128.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo panure y el refugio	\$64.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	alcumibe - emperatriz gongora - Teresa b enjumea	\$264.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	kamentza inga	\$800.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	caruru	\$45.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo corozal tapajojo - piapoco	\$117.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	achagua - eutimio garcia	\$55.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo wacoyo - carlos gaitan - jairo yepes	\$600.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resuardo caño mochuelo - wamonaé	\$118.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	wayuu	\$473.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	cabildo indígenea siriano - mariela saenz	\$39.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	wounaan maach dem sercelinito	\$253.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	tapioca - diana gonzalez	\$197.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	asociacion pie de monte llanero alba oliva marque	\$162.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	arte zenu cañaflecha	\$710.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	coco viejo	\$248.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	corpidoac - graciaela barbosa	\$212.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	asocit	\$528.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	cumaribo	\$994.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo indígena maguare	\$407.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	adamenta	\$77.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	kiwe	\$208.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	apropesca	\$700.050,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	villa lucía	\$110.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	cabildo pijao - david quiroga	\$0,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	comunidad pijaos el vergel	\$235.400,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	bari - motilon - tibu santander	\$39.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	resguardo limonar	\$40.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	comunidad indígena el vergel	\$115.000,00
31-oct-15	VILLAVICENCIO	META	Saliba - camen malpica - diana durley	\$70.000,00
			TOTAL	\$15.541.700,00

Citas de Negocios

Se enviaron 193 invitaciones digitales a la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio del Meta, se visitaron varias empresas y establecimientos de comercio invitando formalmente al evento y se dejó la publicidad en lugares visibles. Se tuvo la colaboración de la Secretaria Social de la Gobernación del Meta, que hizo circular entre los funcionarios la invitación digital.

Los resultados de la rueda de negocios fueron los siguientes:

Comunidades participantes	30
Beneficiarios participantes en encuentro	64
Ventas totales	\$ 15.541.700
Cantidad de clientes atendidos en citas de negocios	8
Cantidad de citas realizadas	18
Cantidad de ventas efectivas en citas de negocios	3
Valor venta efectiva	\$ 334.000
Negocios concretos	3
Compromisos de artesanos	Información de capacidad de producción y costos para compra por mayor, por parte de una empresaria.

Reporte por comunidad

WAMONAE – CAÑO MOCHUELO

La comunidad de Caño Mochuelo trajo productos artesanales que se exhibieron entre los que se encuentran bolsos, canastos y abanicos en cumare y talla en madera. La comunidad presentó ventas por valor total de \$ 358.000



CARURÚ

El nivel de ventas fue muy bajo, dado que los precios de los productos eran muy altos, observación transmitida al técnico de la comunidad. Participaron con canoas el palo sangre, cestos y bolsos en cumare. Las ventas fueron de \$ 120.000.



GUAVIARE ARTESANAL

Participaron con productos como bolsos y abanicos en cumare y semillas, canastos y sombreros. Ventas por \$ 218.000.



RESGUARDO PANURE Y EL REFUGIO:

Los productos ofrecidos fueron bolsos, paneras, fruteros en cumare y manillas en chaquiras, con ventas por \$ 189.000.



ALCUMIBE:

Participaron con productos como Balayes, talla en madera, arcos y flechas, con ventas por \$ 447.000.



PAAKARY KAMËNTSA INGA

Unidad invitada en representación del pueblo Kamëntsa inga, por ser una familia desplazada y víctima de conflicto. Llevaron variedad de productos en chaquiras, textiles y talla en madera tales como Bolsos con gasa en chaquiras, anillos y collares en chaquiras, bancos kamëntsa, espejos con aplicaciones en chaquiras. Tuvieron ventas por \$ 1.504.000.



RESGUARDO COROZAL TAPAOJO – PIAPOCO

Participó una comisión del Resguardo Corozal Tapaojo, seleccionados por Artesanías de Colombia S.A. y la gobernación del Meta. Vendieron productos como balayes curripacos, canastos, bolsos y abanicos en cumare, y arcos y flechas. Sus ventas durante los dos días de comercialización fueron \$ 264.000

RESGUARDO TURPIAL ACHAGUA

Fue otra de las unidades invitadas por la gobernación, como observación se les hizo saber que la cantidad de productos llevados no era la suficiente, sus productos fueron bandejas en cumare, canoas en madera y roba – indias. El valor de las ventas fue \$ 100.000



RESGUARDO WACOYO

Invitado por la gobernación del Meta, participando con tallas en madera de varios diseños. Las ventas del Resguardo Wacoyo durante los días de feria fueron \$ 705.000



COMUNIDAD WAYÜU

La comunidad Wayúu presentó productos como mochilas grandes, medianas y pequeñas, chinchorros, llaveros y Guaireñas. La comunidad Wayúu tuvo ventas por \$ 1.086.000.



CABILDO INDIGENA SIRIANO

Presentaron los siguientes productos: Okamas en chaquiras, manillas en chaquiras, bolsos en cumare, sombreros, collares en chaquiras. Las ventas fueron \$ 414.000.



COMUNIDAD WOUNAAN – MAACH DEM

La comunidad maach dem, fue invitadas por sus productos provenientes de la Región del Pacífico Colombiano como Werregues, Bandejas en madera y werregue, pulseras en werregue, sombreros en cabecinegro y anillos en coco, con ventas por \$ 655.000.



TAPIOCA

Comunidad Invitada por la gobernación del Meta comercializó los siguientes productos: okamas en chaquiras, bolsos en cumare, trajes ceremoniales, con ventas por \$ 300.000.



ASOCIACION DEL PIE DE MONTE LLANERO

Se hicieron presentes con productos típicos de la región como sombreros mochilas, canastos y fruteros en cumare, con ventas por \$326.000

ARTE ZENU – CAÑA FLECHA

Comunidad escogida para lograr esa diferenciación y mayor diversidad en los productos a del evento comercial en Villavicencio. Los productos exhibidos fueron sombreros vueltiao quinciano y de 19, pequeño, monederos, pulseras y aretes con ventas por \$ 1.086.500.



COCO VIEJO - ATUMA

Fue una de las comunidades con mayor éxito en la parte comercial, sus productos en cerámica y chiqui – chiqui (fibra vegetal), con buena variedad de colores y diseños tuvieron alto impacto y aceptación vendiendo el primer día de exhibición más del 70% de los productos que llevó. Sus productos fueron jarrones, bandejas y fruteros en cerámica y chiqui – chiqui, ollas, estufas y platos en cerámica, con ventas por \$ 1.397.000.



CORPIDOAC

Unidad invitada por la Gobernación del Meta, se dedica a la producción y comercialización de Okamas, collares, manillas en chaquiras, bolsos en cumare y en hilo, con ventas por \$ 325.000



ASOCIT

El pueblo arhuaco se hizo presente con diversidad cultural y artesanal de nuestro país, sus productos fueron mochilas arhuacas grande, mediana y pequeña, junto con café orgánico. Las ventas de Asocit fueron por \$ 918.000.



IKULU – CUMARIBO

La comunidad de Cumaribo llevo una buena variedad y cantidad de productos como mochilas, bolsos, individuales, portavasos, fruteros, llaveros, trajes ceremoniales, sombreros y bandejas y chinchorros en cumare, con ventas por valor de \$ 1.244.000.



RESGUARDO INDIGENA MAGUARE

Invitado por la Gobernación del Meta, exhibió producto como manillas en cumare, aretes con semillas, arcos y flechas en macana, roba – indias, bolsos y canastos en chocolatillo, con ventas por valor de \$ 860.000



ASOCIACION SALIBA.

Comunidad con productos muy característicos de la región como: bolsos, bandejas, canastos y mochilas en cumare, con ventas por \$ 70.000.



- A nivel comercial se obtuvieron resultados en ventas por un valor de \$ 15.541.700.
- Fue un evento que contó con la participación de artesanos de diferentes regiones del país, desde la Guajira hasta la Amazonia, de Popayán hasta San José del Guaviare. haciendo de este un intercambio rico en conocimiento y culturas, donde los participantes tuvieron la oportunidad de interactuar entre sí, y conocer levemente las tradiciones de sus hermanos indígenas.
- Se contó con la participación de una delegación de la séptima brigada del ejército, oficina de asuntos étnicos, quienes tuvieron un espacio en la feria, con el objetivo de brindar información relacionada a las actividades que está llevando a cabo el ejército nacional con las comunidades indígenas de la región. Dentro de las cuales se encuentran campañas de educación, salud, capacitación en varios temas etc. Se repartieron cachuchas de la séptima brigada del Ejército Nacional
- Este fue el primer evento que contó con la Asistencia de un funcionario de economías solidarias, brindando información personalizada a cada uno de los artesanos y haciendo entrega de un kit informativo
- El acto protocolario de la Apertura Comercial del “SEGUNDO ENCUENTRO REGIONAL DE ECONOMIAS PROPIAS” de Villavicencio – Meta, conto con la participación de delegados de:
 - Ministerio de Comercio Industria y Turismo
 - Secretaria Social de la Gobernación del Meta
 - Oficina de Turismo del Meta
 - SENA
 - Economías Solidarias
 - Artesanías de Colombia S.A.
 - Gobernador – mesa regional Amazónica
- La participación de diferentes artesanos de país, genero entre ellos mismos, cuestionamientos, inquietudes, aprendizajes y motivación. Para la mejora en cuanto sus propios mecanismos de producción y comercialización.
- Durante el desarrollo de la feria, se contó con la asistencia de la representante de la empresa “**Fromntiva.com**”, persona interesada en la compra y comercialización de varios de los productos exhibidos en el evento, se hizo el contacto directo con los artesanos y el cliente, quedando como compromiso los precios y cantidades que se podrían negociar.

- El encuentro de saberes permitió crear diálogos alrededor del manejo de las materias primas, obteniendo reflexiones en donde los participantes manifestaron los cambios en los procesos de siembra, extracción y reforestación de las fibras naturales. A su vez, expresaron la responsabilidad que como indígenas tiene con la naturaleza, siendo ellos quienes más conocen sobre los ecosistemas de sus regiones.
- Se plantearon ideas en donde los indígenas debían tomar parte en la planeación e implementación de proyectos para la reforestación, haciendo una invitación abierta a buscar los recursos y el apoyo que incentiven este tipo de iniciativas.
- El encuentro regional en Villavicencio fue la oportunidad para que artesanos de diferentes partes del país se encontraran e intercambiaran sus experiencias con sus procesos productivos, creando nexos entre los participantes y creciendo a través de otros.
- El encuentro permitió que algunas comunidades que por primera vez visitaban Villavicencio, conocieran un nuevo mercado, generando así otras posibilidades para comercializar sus productos.
- La experiencia en la feria comercial permitió que los participantes reconocieran cuales son los productos que tienen mayor acogida en esa plaza, así como los rangos de precios que la gente está dispuesta a pagar.

ANEXOS

MATERIAL DE DIVULGACIÓN

Volantes
Invitaciones
Afiches
Pasacalles



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



TE INVITAMOS
FERIA INDÍGENA EN VILLAVICENCIO

PRODUCTOS EXHIBIDOS:

- Accesorios de moda: Tejidos en cumare, semillas y chaquiras.
- Hogar y decoración: Talla en madera, cerámica y cestería en fibras naturales.
- Productos agroindustriales: Café especial, yuca, mañoco, panela, cacao, dulces típicos y productos de aseo personal con extractos naturales.

CONTACTO:
"Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial de los Pueblos Indígenas en Colombia"

- Línea de atención artesanal: Subgerencia de desarrollo ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.
- Línea de atención agroindustrial: FUPAD COLOMBIA

Con el apoyo de:





Encuentro Regional de
ECONOMÍAS PROPIAS
de los Pueblos Indígenas de Colombia

VILLAVICENCIO

Feria Indígena | Parque los Libertadores
Procesos productivos artesanales
y agroindustriales | Octubre 30 y 31

Con el apoyo de:



Programa de fortalecimiento productivo y empresarial para los
PUEBLOS INDÍGENAS EN COLOMBIA

