



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 TECNICA DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO



Comunidad:	Artesanos de Nuqui	Etnia:	NARP - Afrodescendientes
Departamento:	Choco	Municipio:	Nuqui



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





Asesor(a):	Carlos Cruz - Mónica González	Artesano Líder:	Yency Salas
Oficio:	Talla en Madera y cestería	Técnica Utilizada:	Talla en madera y en tagua

1. Situación identificada:

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

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

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

No hay un control sobre los ingresos y egresos mediante registros contables, cada





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

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



El perfil del cliente

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

2. Objetivo(s):

Fortalecer a la comunidad para que se unan como comunidad, que empiecen a manejar maneras más asertivas a la hora de la venta, que aprendan a sacar el precio real de sus productos.





3. Desarrollo:

Implementación realizada



1. TALLER DE COSTEO DE LOS PRODUCTOS

Acciones Realizadas

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





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



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

Se llega a un consenso del tiempo real de mano de obra contabilizado en horas, haciendo la aclaración que no se trabaja el día completo ya

que ellos también están con otras actividades.

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

2. TALLER HABILIDADES COMERCIALES

Para hacer el taller de habilidades comerciales, la comunidad escogió a la artesana líder como la representante para que vendiera y algunos artesanos





	<p>para que participaran en la actividad como diferentes tipos de clientes. Esta actividad resultó ser muy provechosa porque los artesanos cayeron en cuenta en errores que cometían a la hora de la venta y buscaban mejorar con cada ejercicio.</p> <p>Durante la actividad descubrieron los diferentes tipos de clientes y cuál era la mejor manera para abordar cada uno de ellos, teniendo en cuenta que lo más importante es saber escuchar para lograr satisfacer sus necesidades y poder ofrecerle el producto indicado, contándole una historia verdadera detrás del producto y tiempos de elaboración, de esta manera se busca que el cliente no pida rebaja y que pague sin pedir descuento porque de esta manera esta valorando el producto que se lleva.</p> <p>Se habla de la importancia de hacer seguimiento a los clientes potenciales, llamadas, preocuparse por la rotación de sus productos, investigar cual producto es el que mas se vende y cuan es el producto que tiene mas quedado para hacer una implementación especial y lograr apoyar al cliente a mover esa referencia.</p>
Acciones Realizadas	<p>Se crea la primera lista de precios.</p> <p>Se logran costear productos con toda la comunidad.</p>

4. Logros:

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

5. Dificultades:





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- No se sienten en comunidad, y se ve mucho individualismo.

6. Compromisos:

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

NOMBRE DEL ASESOR:	Carlos Cruz - 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

