



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:	Polines Chindao	Etnia:	Embera Katio
Departamento:	Antioquia	Municipio:	Chigorodo

Asesor(a):	Andrés Huertas Santizo	Artesano Líder:	Blanca Inés Bailarín
Oficio:	Tejeduría	Técnica Utilizada:	Tejido en chaquira, cestería

1. Situación identificada:

Polines Chindao es una comunidad artesana que se encuentra en seguimiento dentro del programa de Fortalecimiento Productivo de Artesanías de Colombia para la vigencia 2018, por tal motivo ya cuenta con productos claramente definidos, tales como manillas, Ocamas, balacas, collares, gargantillas y cinturones hechos en chaquiras, también cuentan con la confección de blusas y la venta de parumas objetos indispensables en el atuendo tradicional de la comunidad Embera Katio, y por ultimo también cuenta con una línea de artículos en cestería tales como canastos de distintas dimensiones y esteras.

A pesar de esta situación, se observó que la comunidad artesana de Polines Chindao a pesar de encontrarse en seguimiento, no manejaba temas básicos del eje de comercialización y mercadeo,



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



GP 177-1



por tal motivo, los acompañamientos realizados durante el segundo semestre del 2018 estuvieron enfocados a fortalecer los aspectos integrantes de dicho eje.

2. Objetivo(s):

- Fortalecer el eje de mercadeo y comercialización para la comunidad de artesanas de Polines Chindau mediante la implementación de herramientas y estrategias sólidas de participación en el mercado.

3. Desarrollo:

A continuación, se da una descripción de las acciones realizadas durante los meses de julio, agosto y septiembre en la comunidad de Polines Chindau, con el fin de fortalecer cada uno de los componentes que hacen parte del eje de comercialización y mercadeo.

Implementación realizada	
<p>Registro fotográfico</p> 	
<p>Paso a paso de la implementación</p>	<p>1. Taller de costos y comercialización de productos en otras divisas.</p> <p>La implementación y manejo del tema planteado se dio en dos momentos el primero de ellos fue una explicación inicial del cálculo de costos; a pesar de que</p>





realizada. (Metodología utilizada)

en esta primera etapa es una fase explicativa, también hubo participación individual de por parte de algunas artesanas para resolver algunos ejercicios en materia de costeos de productos.

La segunda etapa de este ejercicio, consistió en organizar varios grupos de trabajo



a cada uno de ellos se les entrega materiales de trabajo entre ellos papel periódico, temperas, marcadores y lápices; el ejercicio se desarrolló de la siguiente manera, cada grupo deben dibujar un numero de artesanías, que les gustaría vender, posteriormente deberían frente a cada dibujo realizar la lista de materiales usados con sus respectivos precios, después deberían calcular el costo de cada producto, de manera paralela en otro papel periódico deberían realizar los respectivos registros contables teniendo en cuenta que cada producto deberían comprarlo porque no lo tenían dentro de la comunidad.

Posteriormente tuvieron que fijar precios de venta con un porcentaje de ganancia del 3% del 4% y del 5% por último los artesanos, deberán explicar a sus compañeros el proceso que realizaron para fijar los respectivos precios, así como los registros contables que desarrollaron, esto a su vez con miras a tratar de vender sus productos al público quienes eran los artesanos que se encontraban sentados.

Al finalizar el taller y con un proceso de seguimiento se ha podido evidenciar un manejo del tema por parte de la comunidad frente al cálculo de costos.

Por otro lado, la respectiva explicación frente al tema de divisas como una forma de pago distinta al peso colombiano, se desarrollo como una solicitud expresa de la artesana líder de la comunidad.

El pago de artesanías en otras divisas genero bastantes dudas relacionadas a que el pago de dólares significaba menos dinero; pero al explicarles, que al cambiar





el dólar a pesos este podría llegar a significar un mayor ingreso teniendo en cuenta los días en que el precio del mismo puede aumentar o disminuir.

2. Taller gestión de Materias Primas.

La implementación de este taller parte de la necesidad identificada dentro de la comunidad de establecer controles al manejo de materias primas, teniendo en cuenta distintas preocupaciones expuestas por varias artesanas a la hora de repartir la materia prima.



En el pensamiento colectivo de la gran mayoría de las artesanas tenían la creencia que la materia prima que llegara por parte del proyecto sería distribuida en partes iguales, por esta misma situación la artesana líder solicito al asesor comercial aclarar el tema concerniente al manejo de materias primas.

El registro y control de materia prima, se desarrolló como una explicación en cuatro pasos los cuales responden a la compra o adquisición de materia prima.




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

GESTIÓN Y CONTROL DE MATERIA PRIMA														
REFERENCIA			ENTRADA MATERIA PRIMA				SALIDA MATERIA PRIMA				EXISTENCIA MATERIA PRIMA			
PROVEEDOR	RESPONSABLE	FECHA	CONCEPTO	CANT DE GRAMS RECIBIDOS	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	ARTESANO	CANT DE GRAMS ENTREGADOS	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	PRODUCTO TRANSFORMADO	CANT GRAMS RESTANTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL

Después de la adquisición de la materia prima identificando claramente quien fue el proveedor y el responsable de la compra de la materia prima se procede al segundo paso, el cual es el registro o ingreso de la materia prima a la comunidad





de la manera más detallada posible, registrando con ello la cantidad total de gramos recibidos, el costo unitario por gramo y el costo total de la adquisición.

ENTRADA MATERIA PRIMA		
CANT DE GRAMS RECIBIDOS	COSTO UNIT	COSTO TOTAL

Como tercer paso se explica la necesidad de mantener un registro detallado de la salida de materia prima para su transformación, identificando con ello al artesano al que se le entrega la materia prima, la cantidad de materia prima entregada a dicho artesano, el costo unitario de la materia prima, así como su costo total y el producto final que se compromete el artesano a entregar después de haber utilizado la materia prima, el cual debe ser registrado de manera paralela en el respectivo inventario de la sociedad.

SALIDA MATERIA PRIMA				
ARTESANO	CANT DE GRAMS ENTREGADOS	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	PRODUCTO TRANSFORMADO

El cuarto y último paso de este ejercicio se enfocó a explicar el registro de la materia prima restante después de haber utilizado N cantidad para el desarrollo de X producto, mediante del registro detallado de la cantidad de gramos restantes, el valor de estos y su respectivo costo total.





EXISTENCIA MATERIA PRIMA		
CANT GRAMS RESTANTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL

Posteriormente al desarrollo total del taller la comunidad ofrece como conclusión, “registrar la chaquiras que entra es muy importante porque así sabemos cuánto usamos cada mujer sin que vayamos a tener problemas que alguien cogió más materia que otra y no se vieron resultados en collares, sino que material que sacan material que debe estar tejido en un collar en una manilla o así”

3. Taller técnicas y habilidades en ventas.

Este taller es aplicado en la Sociedad de Polines Chindau por petición constante de la artesana líder, puesto que en muchas situaciones ella se siente sin un apoyo por parte de otras artesanas para que la apoyen como contacto en otros espacios comerciales; dicho de otra manera, la artesana líder siente que las otras artesanas se libran de participar de manera activa en espacios comerciales por pena.



Teniendo en cuenta esta situación la metodología utilizada para este taller es un juego de roles el cual estuvo dividido en tres grandes etapas; primera, mediante una representación el asesor comercial iba interpretando los distintos tipos de clientes a los cuales se pudieran enfrentar en los múltiples escenarios comerciales, en el momento que el grupo asistente al taller identificaba el tipo o naturaleza de cliente, se procedía la explicación pertinente de cómo cerrar un negocio con cada uno dependiendo de las situaciones particulares.





La segunda etapa de este taller tiene como objetivo darles las herramientas argumentativas necesarias a los asistentes para construir un discurso de ventas el cual identifique de manera clara los pros y los contras del producto que se ofrecer, de manera posterior los artesanos deben visualizar distintos métodos para cerrar un negocio o venta sin que se fuerce la situación con los distintos tipos de clientes.



Como tercera etapa se comparte con los artesanos metodologías y técnicas utilizadas en el teatro con el fin de mejorar sus habilidades de oralidad aplicadas en ventas.

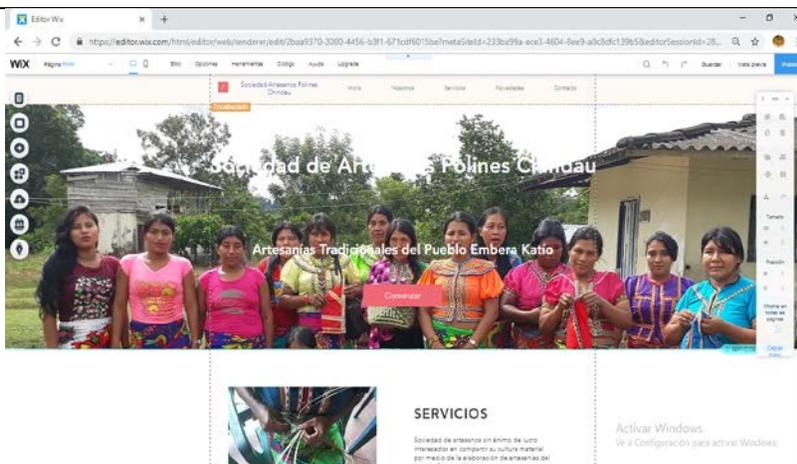
La técnica trabajada para el manejo de escenarios fue la técnica del abanico, esta consiste en la proyección de espacios en blanco como punto de referencia para poder hablar de manera fluida sin que el temor de la mirada del escucha o comprador pueda afectar el desempeño de la conversación; esta metodología se mantiene hasta que poco a poco el artesano sienta confianza con la situación y su entorno para cambiar puntos de vista hasta llegar a los ojos del comprador.

4. Taller de redes sociales enfocadas a las ventas.

A pesar de la dificultad para adquirir señal telefónica y/o de internet dentro de la comunidad de Polines Chindau, las artesanas se han concientizado del uso de plataformas tecnológicas como herramientas de comercialización; como solución a la dificultad de la señal se plantea que los artesanos jóvenes que trabajan o viven en el corregimiento de piedras blancas o en el municipio de Chigorodo – Antioquia puedan administrar dichas redes.

El justificante de implementar estas herramientas tecnológicas al ejercicio comercial de la sociedad Polines Chindau es la búsqueda del posicionamiento de la marca. Es necesario resaltar que la sociedad Polines Chindau se encuentra en el proceso de construcción de su página web, posteriormente al desarrollo de la misma empezaran a abrir perfiles en distintas redes sociales con el fin de formalizar una estrategia de venta y posicionamiento de marca sólida.





Es necesario a su vez recalcar que la sociedad de polines Chindau cuenta con su cuenta de correo oficial: artesanaospolineschindau@gmail.com, en la cual se están empezando a llevar pedidos y consultas sobre los productos artesanales desarrollados por ellos.

Posteriormente a la explicación y desarrollo de este taller se desarrollará el taller de estrategias y canales de comercialización enfocándose en plataformas y redes sociales.

5. Taller estrategias y canales de comercialización.

Esta jornada de capacitación planeada para la sociedad polines Chindau; se enfoca con un taller de acción participativa en donde el grupo se divide en varios grupos y tienen como finalidad identificar tres productos artesanales que para criterio de los artesanos son más difíciles de posicionar dentro del mercado, sobre estos productos deben formular según indicaciones y explicaciones del asesor nuevas formas de hacer el producto artesanal más llamativo para el mercado.

Debido a este ejercicio la comunidad identificó como posibles estrategias, formular nuevas plataformas de comercializar las artesanías de la sociedad, entre ellas se identificaron tres; desarrollar una página web, crear vías de comunicación constante mediante la aplicación de WhatsApp; crear un portafolio de productos no solamente en físico sino también digital mediante plataformas como Facebook





	<p>e instagram; mediante del uso de la plataforma Twitter publicar con cierta regularidad promociones que puedan llamar la atención de posibles compradores.</p> <p>Sin embargo, ante estas propuestas la misma comunidad identifica que estas plataformas deben ser manejadas por personas que no se encuentren viviendo dentro del asentamiento debido a que dentro del mismo no hay señal de internet; para ello identifican uno de los jóvenes participantes dentro de la sociedad que viva en Chigorodo o tenga una constante asistencia al municipio con el fin de mantener actualizadas dichas plataformas.</p> <p>Por otro lado, la comunidad también identifico como posible estrategia de venta y comercialización de sus productos empacarlos dentro de bolsitas o sobres herméticos, esto con el fin de darle una sensación de organización al producto en sí, esta propuesta es realizada de esta manera porque la sociedad es consciente de los costos que podría generar de manera inicial crear bolsas personalizadas mientras se posicionan los artículos.</p>
Acciones Realizadas	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del Programa • Explicación inicial de los conceptos a trabajar • Trabajos en grupo • Talleres y juegos de roles que pudieran ubicar al artesano en las distintas situaciones en las que se podría llegar a desempeñar dentro de la sociedad, según los talleres de habilidades en ventas, costeo, registro de materias primas, redes sociales y estrategias de comercialización.



4. Logros:

Durante el desarrollo de la tercera jornada de capacitación en la comunidad de Polines, se obtuvo como resultado un fortalecimiento notable en materia de implementación comercial; en primera medida se pudo formular una lista de precios sobre los artículos existentes en comunidad.





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Por otra parte, la sociedad de artesanos para la formulación de dicha lista de precios aprendió de manera concreta calcular los distintos costos que se generan al crear cada artesanía, así como la importancia de calcular los ya mencionados.

De manera continua, otro logro considerable es la formulación de distintas estrategias y discursos de ventas aplicables a los múltiples espacios en los que se podrían llegar a generar las posibles ventas de artículos específicos de la comunidad.

5. Dificultades:

- Afianzar conocimientos que se creían pre establecidos debido al proceso de seguimiento que traía la población artesana de Polines Chindao.
- En algunos momentos depender del artesano líder para traducir o exponer algunas cosas en la lengua nativa Embera, debido a que algunos artesanos no entienden muy bien el español.

6. Compromisos:

- La comunidad se compromete a realizar los respectivos ajustes a las listas de precios teniendo los procesos y etapas de producción de los productos artesanales de manera autónoma, como una actividad cotidiana de la sociedad.
- Publicar y poner en uso la página web y las distintas redes que sustentan parte del andamiaje estratégico comercial de la sociedad Polines Chindau.
- Asistencia de un joven artesano a eventos o ferias comerciales con el fin de fortalecer su desenvolvimiento y habilidad en ventas.

NOMBRE DE ASESOR:	Andrés Huertas Santizo
-------------------	------------------------



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



GP 177-1

Anexo:

- Listas de Asistencia Taller de costos 14, 15 julio
- Listas de Asistencia Taller de Divisas 03 y 04 de agosto
- Listas de Asistencia Taller registro materia prima 31 agostos
- Listas de Asistencia Taller costos y listas de precios 01 septiembre
- Listas de Asistencia Taller discurso y habilidades en venta 01 de septiembre
- Listas de Asistencia Taller redes sociales y plataformas web 02 de septiembre
- Listas de Asistencia Taller estrategias comerciales 02 de septiembre
- Listas de precios
- Simuladores de costos por producto.



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

