



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

**DIVULGACIÓN Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL
DESARROLLO DEL SECTOR ARTESANAL A NIVEL NACIONAL E
INTERNACIONAL**

FABIO ALBERTO PRIETO PACHON

PASANTE

Artesanías de Colombia S.A.

Bogotá D.C.

2008

Proyecto: Divulgación y Cooperación Internacional para el desarrollo del sector artesanal a nivel nacional
e internacional



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesañas de colombia.s.a.

Créditos Institucionales

Paola Andrea Muñoz

Gerente General

Manuel José Moreno Brociner

Subgerente de Desarrollo

Pedro Perini

Coordinador Centro de Desarrollo Artesanal

Interventor

Fabio Alberto Prieto Pachon

Pasante



Tabla de Contenido

Introducción

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

1.2. Objetivos Específicos

2. Metodología

3. Ejecución

3.1. Apoyo en el proyecto de posicionamiento deL pabellón 5 de Expoartesanas de Colombia

3.2. Apoyo en actividades propias del CDA

3.3. Plan de mercadeo y ventas de la Joyería de la Candelaria

4. Logros e Impactos

5. Limitaciones y dificultades

6. Conclusiones

7. Recomendaciones

8. Anexos

a) Plan de ventas y mercadeo para joyeros de la candelaria



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

RESUMEN

El trabajo efectuado en la empresa Artesanías de Colombia es apoyo a las actividades propias del CDA, el cual tiene una vocación hacia el impulso al artesano en las áreas de asesoría y desarrollo de producto. El trabajo realizado por mi fue algo complementario a estas labores pues el fin era apoyar en la feria de expoartesanías en diciembre en el cual se puso en práctica labores mercado lógicas y se hizo un trabajo interesante en el cual se hizo una propuesta u opción comercial para los joyeros de la Candelaria.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesañas de colombia.s.a.

INTRODUCCIÓN

El presente documento resume la metodología de trabajo para la pasantía en el marco del proyecto de divulgación en el que se busco posicionar a la empresa en la mente de las personas y este es un trabajo, que se enfoco en la feria expoartesañas y el cual esta contemplado en la visión de la empresa para el año 2010 y también se indago sobre el actual posicionamiento o real conocimiento de artesañas de Colombia a nivel nacional e internacional y para ello se recurrió a 9 estrategias claras de trabajo.



1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo General:

El objetivo es prestar apoyo en el marco de la feria de Expoartesánías de Colombia, en todas sus etapas, como son planeación, ejecución y retroalimentación, así como colaborar en todas las actividades propias del CDA, y labores específicas en el área de mercadeo.

1.2. Objetivos Específicos:

- Apoyar en la feria de expoartesánías dando asesorías puntuales a visitantes.
- Recopilar la información a través de encuestas para conocer el modo de pensar de los visitantes
- Apoyar en las 9 estrategias para hacer posible que la etapa previa a la feria se desarrollara según lo acordado.
- Aportar conocimientos propios del área de ventas y mercadeo a la empresa dirigido a joyeros de la candelaria
- Poder poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de ingeniería comercial, y reconocer el funcionamiento de una empresa grande y del estado.



2. METODOLOGÍA

La pasantía deberá cumplirse en cinco etapas, así:

I ETAPA

ASPECTOS FORMALES

La Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales U.D.C.A., la Facultad de Ingenierías y el Programa de Ingeniería Comercial, a través de una carta Intensión respaldada por un Convenio de Cooperación Interinstitucional con las Empresas presentará al alumno ante la Dirección de la Entidad para Gremios o Asociaciones que el alumno elabore el trabajo de pasantía. Una vez efectuado el proceso de selección y aceptación para la realización de la pasantía por parte de la Entidad, deberán estar dispuestos a firmar una carta convenio con las tres partes (Universidad, Carrera, Empresa) para así realizar un trabajo serio y profesional.

II ETAPA

ANÁLISIS DE SITUACIÓN

Los alumnos del Programa de Ingeniería Comercial se encargarán de estructurar la información veraz, fidedigna, confiable y oportuna acerca de la situación actual de la empresa (tanto interna como externa) revisando sus cinco campos esenciales a saber:

- * Marco Legal
- * Estructura Administrativa
- * Estructura Económica
- * Estructura Financiera
- * Estructura Comercial: Respecto a esta estructura se hará un análisis específico toda vez que esta será la base científico - técnico del trabajo a realizar) por lo que es



necesario observar con detalle la situación actual de la empresa en cuanto al uso de estructuras comerciales tales como :

- Investigación de Mercados
- Planificación Comercial del producto y de la organización
- Canales de Distribución
- Logística de la Distribución
- Ventas, promoción, publicidad, relaciones públicas

III ETAPA

PLAN OPERATIVO

Lo primero que se hace en esta etapa es determinar el tiempo cuatro (4) meses. Posteriormente deben definirse los objetivos generales y específicos a lograr a través del plan. Finalmente se establecerán las acciones, tareas, procesos a seguir para alcanzar los objetivos propuestos.

En el transcurso de la pasantía se hace un trabajo conjunto entre el jefe del área de mercadeo y comercial del departamento del CDA de la empresa, el tutor de la pasantía de la UDCA y el alumno para cumplir las tareas en el período establecido. La coordinación de las tareas y metas que se van desarrollando a diario y periódicamente, y que van relacionadas a los objetivos propuestos están coordinadas por la coordinadora de mercadeo y comercial y avaladas por el coordinador del CDA, el cual es la persona que avala que los objetivos se hayan cumplido en la empresa.

IV ETAPA

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Esta etapa nos permitirá realizar un Feed Back (proceso de retroalimentación de la



información) a través del cual se podrá evaluar los logros alcanzados por el Plan Operativo diseñado; así mismo se constituirá en un elemento valiosísimo para retroalimentar los procesos comerciales y seguir en la misma pauta de aquellos en que los resultados son exitosos (meta final del Plan) y corregir las posibles fallas que se hayan presentado a través del proceso. Como mecanismo de retroalimentación por parte de la universidad se realizó una visita programada por el coordinador de pasantías del área de mercadeo de la UDCA, el cual evaluó lo anteriormente planteado en el plan. Además se presentarán unos indicadores de gestión que permitan procesar los alcances, logros e impacto de la labor realizada por el estudiante, el cual es un documento previamente establecido denominado Forfat 14, el cual es el consolidado de tareas mensuales, el cual también sirve como mecanismo para avalar el pago remunerativo por las actividades realizadas.

VI. EVALUACIÓN (Evaluación Formativa).

Informe Final.

Comprende: El Infat 02 el cual tiene el formato de elaboración de informes y se utiliza en este caso para plasmar todas las actividades y resultados del trabajo.



3. EJECUCIÓN

La ejecución se llevo de la siguiente manera, teniendo en cuenta los objetivos a planteados en el contrato.

3.1. APOYO EN EL PROYECTO DE POSICIONAMIENTO PABELLON 5 EXPOARTESANIAS

Se apoyo en el apoyo logístico a las cotizaciones de las 9 estrategias de trabajo y la consolidación para exhibición del producto, también en el apoyo y la recordación de la comunicación interna con los directores de proyecto con las cuales se desarrollaron diferentes matrices presupuestales, de producto, imagen, logotipos y entre otras propias del oficio. También se desarrollaron presentaciones en power point las cuales permitían visualizar mejor la ruta de trabajo. Concretamente se acompaño en toda la feria el stand del pabellón institucional para prestar servicio de asesoría y se hizo un trabajo para recoger la opinión de los visitantes la cual se organizo y se entregó para toma de decisiones gerencial.

3.2. APOYO EN ACTIVIDADES PROPIAS DEL CDA

Durante el transcurso de la pasantia se apoyo en labores como organización en bodega y su posterior venta al público, y demás tareas rutinarias y de funcionamiento propias del CDA, que no necesariamente eran de carácter técnico, tales como traer o llevar mercancía, manejo de documentos entre oficinas, fotocopias, toma de fotos entre otras.

3.3. PLAN DE MERCADEO Y VENTAS DE JOYERÍA DE LA CANDELARIA

Se realizo un interesante trabajo académico en el cual el objetivo era dar una alternativa a joyeros que se venían preparando en este oficio en el transcurso de dos años y se iban a enfrentar al mundo laboral y comercial. Se les hizo un diagnostico de la localidad y se propuso concretamente después de un análisis de la localidad que se enfocaran en un publico juvenil y que aplicaran otras estrategias de comercialización que no emplearan un local comercial. Este esta proyectado para un año y concuerda con las tendencias del mercado pues es básicamente comercio virtual.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesañas de colombia.s.a.

4. LOGROS E IMPACTOS

El principal logro es personal, pues se tuvo la oportunidad de trabajar en una empresa reconocida en el sector artesanal y de la cual se puede tener un panorama de cómo es el funcionamiento de una empresa de este andamiaje y a la vez se pudo evaluar como en el área profesional y personal hay cualidades y falencias que se pusieron a prueba y de los cuales queda un grado de satisfacción y también aspectos para mejorar.

En la empresa pude cumplir con los horarios asignados, con las tareas que se me delegaron y con los compromisos previamente adquiridos en el contrato, y las metas laborales se cumplieron en los tiempos asignados.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

5. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

La empresa en general presta las herramientas necesarias en la oficina para el desarrollo de las tareas, y también una remuneración económica. Se brinda el tiempo y los permisos para desarrollar las tareas propias de la labor encargada, y la asesoría y la guía en el momento que se necesite. En el área específica de la empresa la cual tiene un enfoque de apoyo al artesano y más específicamente en el CDA, hubo una limitante y es que el fuerte de la empresa es el diseño y la asesoría al sector, más que el área comercial en la cual hay una preparación mayor.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

6. CONCLUSIONES

La conclusión es que en todo tipo de empresa y departamento se debe dar lo mejor de sí, y apropiarse siempre de lo positivo en todo sentido y desechar aquellas cosas que no aportan además que todo es un continuo aprendizaje y cada día un reto, me voy satisfecho de lo aprendido y de la experiencia vivida y con la intención de seguir mejorando en aquellas cosas que lo merecen.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

6. RECOMENDACIONES

En general aprendí mucho sobre la gestión en una empresa, la única recomendación es que cada persona que se esta preparando tiene un enfoque más específico, de acuerdo a la carrera que esta cursando, en mi caso me hubiera gustado aprender más en el área comercial, pero seguramente ese sea el siguiente escalón en el proceso de aprendizaje.