



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 Matora de Maito - Chaparral - Tolima

Comunidad:	Matora de Maito	Etnia:	Pijao
Departamento:	Tolima	Municipio:	Chaparral

Asesor(a):	Carlos Andrés Giraldo Herreño	Artesano Líder:	Melva Tabares
Oficio:	Tejeduría	Técnica Utilizada:	Tejeduría



Carrera 2 Nro. 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





1. Situación identificada:



Matora de Maito es una comunidad en seguimiento del programa de fortalecimiento productivo de Artesanías de Colombia para la vigencia 2018. Cuentan con unos productos ya definidos, pero se evidencia una falencia importante en el precio de venta de sus productos.

Generalmente como en varias comunidades, antes de recibir la capacitación consideraban que vender un producto a determinado precio era costoso, y poseían la mentalidad de que, si les ofrecían por ejemplo 20.000 pesos por un producto que en realidad al costo salía en 60.000 pesos, lo vendían dado que consideraban que era mejor venderlo y recibir algo de dinero que no venderlo y no recibir nada.

Con base a esta realidad, y a petición de la artesana líder, se inician las capacitaciones con el taller de costos, evidenciando el desconocimiento de los artesanos de conceptos como materia prima o mano de obra.

Por otro lado, el grupo muestra ciertas debilidades en la atención de público y el trato de clientes. Técnicas de ventas, identificación del tipo de cliente que están atendiendo, como cerrar una venta; entre otras falencias.





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



En concordancia con estas falencias. También se observa que la comunidad no posee ningún tipo de presencia digital por ningún medio, ni redes sociales, ni páginas web ni ningún otro medio digital. Así mismo tampoco poseen unos canales de comercialización fortalecidos, ni manejan los conceptos básicos, así como la estructuración de estrategias de mercadeo que permitan diferenciar los productos y el concepto que quieren transmitir, así como la manera correcta de determinar el precio de los productos en monedas extranjeras



Paralelamente la comunidad ha realizado la estructuración de su imagen de marca con el apoyo del componente de diseño el cual ya facilito la creación de un logo y un slogan. Sin embargo, esta marca no se encuentra registrada y el grupo en general no conoce el proceso de registro de marca.



Finalmente, el diagnóstico nos permite evidenciar que el grupo en general no esta construyendo una base de datos de sus clientes. Al asistir y participar en eventos comerciales como los encuentros regionales; no guardan los datos de los clientes mas representativos para realizar una gestión comercial posterior, en cuanto al tema de la administración de los insumos (materias primas) si se observa un buen manejo, llevan control detallado, y se designó como responsable de su administración a la tesorera del grupo

2. Objetivo(s):



Carrera 2 Nro. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29

www.artesaniadecolombia.com.co Email: artesanias@artesaniadecolombia.com.co Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



- Realizar la capacitación del grupo de artesanos en la temática de estimación de costos y precio de venta del producto
- Estimar el precio de venta de los productos pertenecientes a las líneas de producción que maneja la comunidad y elaborar una lista de precios
- Capacitar al grupo en técnicas de ventas. Por medio de una clínica de ventas
- Capacitar a la comunidad sobre la importancia de el manejo de redes sociales para la gestión comercial de la comunidad
- Crear una FanPage de Facebook de la comunidad con fotos de productos y actividades
- Capacitar a la comunidad en la temática de canales de comercialización y marketing mix para la creación o establecimiento de estrategias de diferenciación
- Capacitar al grupo en el tema de registro de marca y se incentivan para recoger los requisitos y documentos necesarios para iniciar con el proceso
- Capacitar y orientar al grupo sobre el manejo correcto de las divisas aplicadas a sus productos para avaluarlos en monedas extranjeras
- Capacitar al grupo sobre la importancia de crear una base de datos de sus clientes para realizar gestiones comerciales posteriores
- Capacitar al grupo sobre la gestión y control de las materias primas

3. Desarrollo:

El componente de comercialización y mercadeo ha permitido a través del desarrollo de diversas capacitaciones en la comunidad abordar temáticas como de fijación de precio, técnicas de ventas, canales de comercialización, mercadeo estratégico y redes sociales entre otros. Los cuales han arrojado insumos valiosos para la comunidad

Implementación realizada



Carrera 2 Nro. 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



Pasó a paso de la implementación realizada. (Metodología utilizada)



Revisamos el conocimiento previo de las personas pertenecientes al grupo referente a la manera correcta de fijar el precio de venta de los productos. La gran mayoría lo establecía por lo que creían que debería valer el producto sin considerar factores como el costo de los materiales o los días que se demoran tejiendo para elaborar un producto.

Otro aspecto, que se analiza es el poco conocimiento de las personas de todo lo relacionado con mercadeo y canales de comercialización. No conocen conceptos básicos como canal de comercialización, factores de diferenciación de un





producto o maneras de promocionarlo. Así como tampoco conocen la importancia de la publicación de sus productos en redes sociales para generar presencia online y abrir un nuevo medio de comercialización y comunicación con los clientes.



Cabe también resaltar que su manejo de conceptos básicos o sus habilidades de persuasión para la gestión de ventas es un poco bajo. No son muy activos para generar una buena atención y no manejan un buen discurso de

ventas, sumado al hecho de que les genera algo de pena atender a un cliente

Otros aspectos también muy relevantes analizados en la comunidad fueron el tema de registro de marca que permitido evidenciar que, aunque con el área de diseño ya crearon una imagen de marca, esta no está registrada y no se conoce el proceso para su registro. Así como la gestión de materias primas, que mostro un avance positivo puesto que ya venían manejando un control para la compra y entrega de materias primas, por su lado la valoración de los productos en divisas extranjeras también era un tema desconocido para la comunidad y como observación adicional, no poseían una base de datos con los clientes potenciales más representativos





A partir de estas situaciones, y de la implementación de los respectivos talleres podemos decir que el resultado obtenido ha sido importante.

Primeramente, se logró la creación de una lista de precios acorde a los precios de mercado y al proceso productivo de la comunidad, sumado a esto buena parte de la comunidad logro entender bien el proceso metodológico para el cálculo del precio de venta. Sumado a esto, se logró crear una FanPage de Facebook de la comunidad para publicitar los productos y estrechar la comunicación con los clientes. Lo cual también permitió delegar la responsabilidad de su administración a una de las artesanas del semillero que maneja actualmente la comunidad.



También podemos mencionar, que se ha fortalecido la capacidad de persuasión, el discurso y cierre de ventas y la gestión comercial de los artesanos durante el proceso de cualquier venta. Y se han definido los canales de comercialización y estrategias de

diferenciación para el plan de mercadeo focalizado de la comunidad

Otro aspecto fortalecido fue el tema del calculo de precios de los productos en moneda extranjera, lo que permitió valorar los productos de la lista de precios actual en dólares, de la misma manera; se fortaleció el proceso de gestión actual de las materias primas, aunque en términos generales ya se





viene dando un excelente manejo de estas, se soportan con facturas y se lleva un registro con todas las salidas y firma de la persona que recibe.

Un tema que se trabajó fue el de registro de marca y posicionamiento, explicando cada uno de los componentes, los costos, los tipos de registro, los tiempos y demás detalles, que permitió concientizar a la comunidad sobre la importancia de esta gestión, para lo cual el grupo se comprometió a reunirse y definir todos los detalles para iniciar con el proceso

Desde una óptica general, se hará a continuación, una descripción de los diferentes talleres y actividades trabajadas en la comunidad

Taller de Fijación de Precio de Venta

- a. ¿Qué costo tiene la materia prima que utilizo para cada producto?
- b. ¿Cuánto me demoro tejiendo un producto?
- c. ¿Qué costo interfiere en la producción de mi producto que no se logra percibir dentro del producto?
- d. ¿Cómo defino el precio de venta de mi producto?
- e. Estimación de precios de venta de cada línea de producto por tamaños, en grupos de trabajo

Se explica detalladamente el cálculo de cada uno de los componentes del precio de venta como lo son costo de materia prima, costo de mano de obra, costos indirectos de fabricación, utilidad entre otros. Se trabajan varios ejemplos y se realizan varios ejercicios en el pizarrón, contando con la participación de varios artesanos.





Producto	Costo de Materia Prima	Costo de Mano de Obra	Costo Total	Precio de Venta
Bolsa de Mano Pequeña	\$ 35.000	\$ 40.000	\$ 75.000	\$ 140.000
Bolsa de Mano Mediana	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 90.000	\$ 170.000
Bolsa de Mano Grande	\$ 45.000	\$ 60.000	\$ 105.000	\$ 200.000
Playera Grande	\$ 50.000	\$ 65.000	\$ 115.000	\$ 220.000
Playera Pequeña	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 90.000	\$ 170.000
Monedero Redondo	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 100.000
Monedero Rectangular	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 60.000	\$ 120.000
Monedero Cuadrado	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 100.000
Mochila	\$ 30.000	\$ 70.000	\$ 100.000	\$ 200.000

Con base a esto, se crean 4 grupos de trabajo, y se asigna una línea de producto a cada grupo de trabajo para la estimación de los precios de venta de cada línea de producto. Al finalizar la actividad se logra establecer el precio de venta de las líneas asignadas y que el

grupo entienda la metodología del cálculo del precio de venta de los productos, lo que será útil para la creación de nuevas líneas de productos y la variación de los precios de venta con base en la variación de precio de algunos insumos, el cambio del salario mínimo entre otros

Taller de Técnicas de Ventas

- ¿Qué son las ventas?
- Tipos de clientes
- ¿Qué es el discurso de ventas y como construirlo?
- Cierre de ventas
- Ejercicio práctico - Roll Play
- Ejercicio práctico - Clínica de ventas



Al orientar al grupo sobre los tipos de clientes, el manejo general del proceso de ventas preparando un discurso y orientándolos de cómo se debe cerrar una venta. Se procede a realizar un juego de roles con varios miembros del grupo para identificar sus habilidades. Y para finalizar se

realizó una clínica de ventas. Se crearon varios grupos y se simuló el proceso de ventas, practicando todo lo aprendido en el taller





Taller de Canales de Comercialización y Estrategias de Diferenciación

1. ¿Qué es el marketing?
2. ¿Qué es el marketing mix?
3. Explicación de cada componente (precio, plaza, producto, promoción y fidelización)
4. ¿Qué es un canal de comercialización?, su estructura y sus tipologías
5. Definición grupal de las estrategias de diferenciación y de los canales de comercialización



Para el tema de canales de comercialización y estrategias de diferenciación, se inicia explicando conceptos básicos del marketing y se abarca el tema de marketing mix (4ps) de manera dinámica con ejemplos prácticos. Así mismo se hacen ejercicios con el grupo y al finalizar a nivel grupal se realiza la construcción de las estrategias de diferenciación y canales de comercialización de los productos

Taller de Redes Sociales

1. ¿Qué es una red social?
2. ¿Ventajas y beneficios de manejar una red social?
3. Impacto comercial del manejo de una red social para la comunidad
4. ¿Qué es Facebook y cómo funciona?
5. Acompañamiento para la creación de una Fanpage de Facebook del grupo

El tema de redes sociales en el grupo. Se abarca respondiendo interrogantes básicos como que es una red social, como impacta positivamente un negocio o que es Facebook, todo con ejemplos sencillos y ejercicios prácticos. Al finalizar se realiza el acompañamiento para la creación de la Fanpage del grupo





Taller de Gestión y Control de Materias Primas



Basado en los conceptos y metodologías trabajados en los talleres de inventarios y costos se abordó el tema de gestión y control de materias primas, se explicación los conceptos básicos, la manera de manejar el formato con cada uno de sus componentes (Descripción, Entradas, Salidas y Existencias). Sin embargo, es importante destacar que la comunidad ya viene llevando un control detallado de los movimientos de sus materias primas, diseñaron un formato en Excel, a través del

cual aborda los ítems del formato de AdC.

En la actualidad, la compra y entrega de las materias primas a la comunidad está siendo llevada a cabo por la señora Carmen Julia Figueroa, quien en la actualidad también se desempeña como la tesorera del grupo

Taller de Agenda de Clientes



A través de este taller se hace énfasis en la importancia de recolectar los datos mininos de los clientes (Nombre, Empresa, Teléfono, Dirección, Correo Electrónico y Producto de Interés) al momento de realizar las ventas con la finalidad de crear una base de clientes y compradores potenciales de los productos que les permita hacer cualquier tipo de gestión comercial o campaña posteriormente. Posterior a la capacitación con los datos recolectados por la artesana líder en los diferentes

eventos comerciales se constituye una base de datos de clientes inicial

Taller de Divisas





	<p>A través del taller de divisas, se explican los conceptos básicos de las divisas como que es una divisa, como se usa y como se convierte a través de las tasas de cambio; así mismo se les explica que es la TRM y se hacen varios ejercicios prácticos con la comunidad tomando como referencia la lista de precios actuales para definir el valor de los productos en dólares</p>  <p>Taller de Registro de Marca</p>  <p>A través de este taller se explican los conceptos básicos de que es una marca, para que se registra, como se registra, los tipos de registros de marca, costos, tiempos de registro y los diferentes beneficios obtenidos al momento de registrar la marca; todo esto apoyado de ejemplos prácticos. Al finalizar el taller la comunidad se compromete a reunirse rápidamente para definir tomando como referencia el registro individual; a la persona que quedara como responsable de la marca e iniciar con toda la tramitología</p>
<p>Acciones Realizadas</p>	<p>El trabajo en grupos, la participación activa y la relación de ejercicios sencillos y contextualizados a la comunidad fueron herramientas que junto con el juego de roles permitieron o trabajar temáticas como la fijación de precios de venta y elaboración de una lista de precios, la creación de un FanPage en Facebook o la definición de las estrategias de diferenciación para la generación de valor.</p> <p>Sin embargo, hay factores que se deben seguir fortaleciendo como el registro de marca o el manejo y control de materia prima. Que, aunque han tenido una buena intervención. Las diferencias internas entre los integrantes del grupo no permiten tener mucha fluidez</p>





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



4. Logros:

- Se logra que el grupo aprenda a calcular el precio de venta de sus productos, así como la estimación de los precios de venta de los productos que manejan actualmente
- Se crea una lista de precios de los productos de la comunidad
- Se logran definir las estrategias de diferenciación y canales de comercialización del grupo
- Se logró identificar y fortalecer las debilidades y destacar las fortalezas del grupo y de los miembros en el manejo del proceso de ventas y cierre de ventas
- Se fortalece el proceso de registro y control de materias primas de la comunidad
- Se crea una base de datos de clientes con los datos de clientes recolectados en eventos comerciales
- Se calcula el precio de los productos de la lista de precios en dólares y la comunidad aprende a realizar el cálculo para los desarrollos de productos futuros
- Iniciar con la recolección de la documentación para iniciar lo más rápido posible con el registro de marca
- Se crea la FanPage de Facebook del grupo



Carrera 2 Nro. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326
/27 /28 /29

www.artesaniasdecolombia.com.co Email: artesanias@artesaniasdecolombia.com.co
Bogotá, D.C. - Colombia



GP 177-1



GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



Enlace: <https://www.facebook.com/MatoradeMaito/>

5. Dificultades:

- No se contó con la participación de todo el grupo de artesanos por compromisos personales, o fiestas del pueblo
- Algunas participantes son personas de edad y se les dificulta el manejo de operaciones matemáticas básicas

6. Compromisos:

- ✓ Emplear la metodología enseñada para el cálculo del precio de venta para el establecimiento de precios de venta de los productos nuevos y la actualización de los precios de los productos actuales derivados de la variación de cualquier componente del costo que cambie
- ✓ Alimentar y actualizar constantemente la Fanpage de Facebook con publicaciones de los productos y actividades que se realicen
- ✓ Seguir llevando un registro y control de las materias primas
- ✓ Definir en grupo a la persona encargada del registro de marca y entregar los documentos para iniciar con el proceso de registro de marca



Carrera 2 Nro. 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





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



NOMBRE DE ASESOR:	Carlos Andrés Giraldo Herreño
-------------------	-------------------------------

Anexo:

Listas de Asistencia.

- Costos – 01 de julio de 2018 – 1 Visita
- Técnicas de Ventas – 02 de julio de 2018 – 1 Visita
- Canales de Comercialización – 14 de octubre de 2018 – 2 Visita
- Redes Sociales – 13 y 14 de octubre de 2018 – 2 Visita
- Agenda de Clientes – 4 de noviembre de 2018 – 3 Visita
- Registro de Marca - 4 de noviembre de 2018 – 3 Visita
- Control y Gestión de Materia Prima – 4 de noviembre de 2018 – 3 Visita
- Divisas – 4 de noviembre de 2018 – 3 Visita



Carrera 2 Nro. 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