



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:	Ecomanglar	Etnia:	Negros
Departamento:	Valle del Cauca	Municipio:	Bahía Malaga



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):	Paula Andrea Enciso	Artesano Líder:	Daniel Mosquera
Oficio:	Talla en madera	Técnica Utilizada:	Talla en madera

1. Situación identificada:

La comunidad de Ecomanglar se encuentra localizada en Bahía Málaga, donde la mayoría de los artesanos y artesanas viven entre las islas de Miramar, la Sierpe y la Plata, a dos horas y media de Buenaventura, Valle del Cauca. Esta es una comunidad Nueva en el proceso de fortalecimiento productivo del programa donde participan cerca de 15 beneficiarios directos.



El grupo se encuentra en el mejoramiento del proceso productivo, desde el inicio de su participación en la presente vigencia del programa. La mayoría de los artesanos manifestó que han trabajado la madera para la elaboración de casas, lanchas, sillas, mesas y demás productos, como ejercicio de tradición en la isla y

medio autosustentable en sus modos de vida. La comunidad se encuentra diseñando productos para artesanales para preparación de alimentos con la incorporación de referentes culturales que les representan.

Esta comunidad tiene dos oficios artesanales como: la talla de madera como el mare, chachajillo, balso, y cestería, lo que les ha permitido la variedad de productos para la comercialización de producto en un esfuerzo del trabajo de hombres y mujeres; como por ejemplo picadoras redondas, rectangulares, cucharas con cabeza de gota, cucharas con cabeza circular, fruteros tejidos, cuchareros (para guardar cucharas) tejido, y diferentes cestos con





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



diseños y tamaños propios de la comunidad.

El grupo de artesanos, cuenta con el uso de redes sociales a través del cual promocionan las rutas etno- Turísticas de su territorio comunitario, sitio web <http://ecomanglar.org/> y redes sociales <https://www.instagram.com/ecomanglar/> ; <https://www.facebook.com/Ecomanglar2/> ; a las cuentas anteriores han anclado el proceso de elaboración de productos artesanales como estrategia de comercialización y visibilización de los procesos de elaboración de producto, siendo este un canal de comercialización propio de la comunidad.



La comunidad se caracteriza por tener como única ruta de acceso, el desplazamiento por lancha a motor o con chalupa (como se movilizan internamente los nativos); la ruta es desde las islas de la Sierpe, Miramar, la Plata hasta Juanchacho y/o directamente al puerto de Buenaventura. El tiempo estimado del trayecto (dependiendo el motor de la lancha) es de 2 horas 30 minutos a 3 horas, según el clima. Aproximadamente los costos de movilización son de \$200.000 a \$250.000 dependiendo los costos por galón de gasolina en los que se incurre. Lo anterior,



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
www.artesanasdecolombia.com.co Email: artesanas@artesanasdecolombia.com.co
Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



dificulta la estructura de precios de producto porque tienden a tener un incremento comparado con productos similares de otras comunidades; dado lo anterior se recomienda a la comunidad tener en cuenta los tiempos estimados de entrega con el despacho de pedidos.

Por la distancia que ahí entre los sitios de residencia de la comunidad y Buenaventura, existen dificultades de comunicación telefónica debido a que la señal tiende a ser intermitente, actualmente cuenta con un punto de wifi satelital de *vive digital* lo que les permite la comunicación principalmente por las redes sociales; igualmente tiene un teléfono de tono público que es donde se comunican con mayor facilidad con los nativos y/o se les puede dejar el recado para que este sea comunicado internamente.

La comunidad no cuenta con una lista de precios, referencia de productos, estandarización de medidas, desde el diagnóstico inicial ya que se encuentran en el proceso de elaboración y diseño

de líneas de producto para los dos oficios.



El grupo de artesanos, inicio su proceso de comercialización participando del Encuentro Comercial realizado en Cali en la presente vigencia, lo que les permitió tener unas destrezas iniciales de los procesos de venta y

comercialización de productos. Igualmente, desde que se inició con la elaboración de líneas de producto, y con la participación de las rutas turísticas los artesanos han empezado a incorporar



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





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



diferentes muestras de producto para la comercialización local con los turistas que les visitan; además de su preparación para Expoartesanias 2018.

2. Objetivo(s):

- Fortalecer a la comunidad de habilidades comerciales, y espacios de comercialización de productos.

3. Desarrollo:

En la isla de la plata se reunieron los artesanos de los dos oficios que caracteriza a este grupo como lo es la talla en madera y la elaboración de piezas de cestería.

Implementación realizada



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

La comunidad ECOMANGLAR representa uno (1) de los seis (6) consejos comunitarios afro dentro del parque natural Urumba Bahía Málaga, los cuales están unidos para la protección de su territorio, además de fomentar el turismo comunitario basado en las actividades autóctonas de los habitantes y la conservación del mismo. Esta comunidad se encuentra a 2 horas desde el puerto de



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





	<p>Buenaventura, al interior de Bahía Málaga influyendo directamente en el desplazamiento para comercialización de los productos.</p> <p>Actualmente, tanto hombres como mujeres se dedican a oficios como la pesca, talla de madera, guianza, transporte, entorno a su organización de servicios de etno- turismo por lo que la actividad artesanal ha sido un proceso de recuperación de la practica desde el inicio de la vigencia del programa. Tanto la materia prima como las fibras y madera se encuentran en zona, lo que facilita la organización para la recolección según las necesidades de producción.</p> <p>El grupo de artesanos y artesanos, manifiesta su interés por el fortalecimiento de la actividad artesanal la cual pueden anclar directamente con el etno-turismo como ejercicio de visibilización de sus raíces. Se identifica que este es un grupo organizado que ha identificado sus roles y responsabilidades dado que <i>“jefe y servido al final, aquí todos somos igualitos”</i> añadiendo. Por ello, mencionan que el grupo maneja el ingreso de dinero de sus actividades de turismo comunitario de manera equitativa según la rotación de responsabilidades, lo que permite el fortalecimiento de los ingresos de la comercialización de los productos artesanales.</p> <p style="text-align: center;">1. TALLER DE COSTEO DE PRODUCTO Y FIJACIÓN DE PRECIO</p> <p>Se realizó un sondeo con la comunidad acerca de los conocimientos que han tenido para la fijación de los precios de sus artesanías incluyendo el aprendizaje más cercano de la Encuentro Regional de Cali, los artesanos y artesanas manifiestan que no tienen mucho conocimiento del proceso de fijación de precio, algunos indican que lo hacen a ojo o por recomendación del comprador <i>“le doy tanto por ...”</i> haciendo relación al precio del producto que en muchos casos ha sido por personas que compran de la misma zona.</p>
--	---





Se procedió a identificar con los artesanos y artesanos según el oficio (talla en madera y tejeduría- cestería) el proceso que deben tener en cuenta al momento de fijar un precio:

- Materia Prima
- Tiempo de trabajo
- Transporte (sacar el producto en zona que implica un trayecto en lancha y demás según el destino de envío).
- Ganancia y/o utilidad
- Diseños exclusivos
- Procesos de negociación de producto

En la siguiente imagen se presenta algunas de las líneas de producto que caracteriza a la comunidad, con información de costeo de producto, precio al por menor y precio al por mayor; establecidos con el consenso de la comunidad.

DESCRIPCIÓN		PREGUNTA							
IDENTIFICACION PRODUCTO	FOTO DEL PRODUCTO	DESCRIPCION Y MEDIDA	COSTO DE MATERIA	PRECIO DE VENTA	UTILIDAD DE 13.00%	PRECIO DE VENTA	UTILIDAD DE 15.00%	PRECIO	UTILIDAD DE 13.00%
TE		Plato Rectangular 30x40x2 cm Caja 10 Madera Mera	1.5000	1.5000	20.0%	1.8000	22.0%	1.8000	22.0%
TE		Plato Circular 30x40x2 cm Caja 10 Madera Mera	1.5000	1.4000	22.0%	1.7000	22.0%	1.7000	22.0%
CEST		Cuchara de Madera 15x10x2 cm Madera Mera	1.2000	1.3000	20.0%	1.5600	20.0%	1.5600	20.0%

Con la claridad de los conceptos se les pidió a los artesanos que hicieran un ejercicio práctico de la fijación de precio teniendo en cuenta ejercicios de caso (negociación) de producto desde envío de la zona en donde viven. Se identifica que los artesanos tendrán en cuenta al fijar el precio el tema de transporte y ganancias que tendrían según los procesos de negociación que no pueden disminuir según el 13% y 15%.





Igualmente, se les indicó que para fijar el precio deben tener en cuenta la plaza de comercialización del producto, la venta al por menor y al por mayor que se dan luego de una venta.

La asesora, explicó a la comunidad que es necesario tener en cuenta la capacidad productiva de cada uno de los artesanos, teniendo en cuenta los tiempos de elaboración de cada una de las líneas de producto, con el fin de tener clara la información al momento de negociar cantidades y pedidos con los clientes. Debido que son diferentes las plazas comerciales donde se pueden ampliar la agenda de clientes potenciales.

2. TALLER DE HABILIDADES EN VENTAS

En la segunda visita de implementación técnica, se realizó un taller de habilidades en ventas con la comunidad con lineamientos de atención al cliente, los tipos de clientes, y las estrategias de comercialización de productos con los diferentes clientes comerciales.



Para ello se contó con la participación de los artesanos y artesanas de los oficios de madera y tejeduría, con la finalidad de ampliar los espacios de participación de cada uno de los roles que desempeñan los (as) artesanos (as) al interior del grupo artesanal. La asesora, desarrolló una actividad de juego de roles por medio





	<p>de una clínica de ventas, donde se dividió a los artesanos en dos grupos, se organizaron algunos stands y se exhibieron los productos elaborados por la misma comunidad. Se dirigió la actividad por medio de la selección de dos grupos, el primero como vendedores (rol 1) y el segundo grupo como compradores (rol 2).</p> <p>Cada uno de los compradores y vendedores, tenían un su poder dinero didáctico para el desarrollo de negociaciones de producto. La asesora indico al grupo de vendedoras que fijaran un precio para los productos exhibidos, y al grupo de los vendedores les indicó que asumieran tipo de cliente a) furioso, b) ansioso, c) indiferente, d) indeciso, e) negociador.</p> <p>El objetivo de la actividad, se centró en un juego de roles entre los artesanos, entre vendedores y compradores cuya finalidad es el acercamiento a diferentes situaciones que se dan en los espacios comerciales, para el fortalecimiento en atención a clientes y habilidades en ventas.</p> <p style="text-align: center;">3. TALLER DE REDES SOCIALES</p> <p>La comunidad refleja un nivel organizativo medio- medio, permitiéndoles el desarrollo de actividades en torno a su organización por el turismo comunitario; de ahí que tengan la facilidad del uso de redes sociales con canal de comercialización del turismo. Eventualmente con el taller, se les explico la forma de toma de fotografías, las descripciones y demás tips para que el uso de las redes funcione como un canal de comercialización con los clientes que le visitan. A continuación, se presentan los enlaces:</p> <p>http://ecomanglar.org/ , https://www.instagram.com/ecomanglar/ , https://www.facebook.com/Ecomanglar2/</p> <p>Se recomendó al grupo, publicar semanalmente fotografías que permitan una mayor visibilización de sus actividades y rescate cultural que se da a través de los productos que elaboren hombres</p>
--	---





	y mujeres en su ejercicio artesanal.
Acciones Realizadas	<p>Durante las visitas de implementación, se realizaron acciones de fortalecimiento productivo en preparación de las líneas de producto que tiene la comunidad, por medio del costeo de producto, fijación de precios, identificación de roles y responsabilidades, uso y manejo de redes sociales como vitrina comercial. Así como la identificación de la capacidad productiva del grupo.</p> <p>La comunidad cuenta con un espacio para adecuar una vitrina comercial en el puerto donde recibe a los visitantes y turistas, se proyecta la oferta de los productos artesanales como venta de regalos para los turistas, así como la visibilidad de los productos y el proceso de elaboración de los mismos, atendidos por los roles determinados al interior del grupo.</p>

4. Logros:

Durante la implementación del eje de comercialización y mercadeo, se logró realizar el proceso de costeo y fijación de precios según las líneas de los dos oficios del grupo, junto con la comunidad. Igualmente se resaltó la importancia de las responsabilidades de del grupo, y de la aclaración e inclusión del proceso de costeo los gastos de transporte que tiene la comunidad para la comercialización de los mismos. Además de realizar la actualización anual de los precios.

Se logró con la comunidad la proyección de un espacio como vitrina comercial en un espacio determinado por la comunidad (el puerto de recepción de visitantes), ya que la comunidad ha vendido muchos de sus productos en articulación con el proyecto de etno-turismo que se encuentran liderando en la región permitiendo mayor visibilización de estas actividades.

5. Dificultades:

La comunidad se encuentra ubicada entre la Sierpe, Miramar, y la Plata diferentes islas que pertenecen a Bahía Málaga, es difícil la convocatoria del grupo por el desplazamiento que implica entre un islote y



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





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



otro, debido a los gastos de gasolina que esto implica por lo que se acuerda, que la asesora se movilizara entre los puntos para facilitar el fortalecimiento comercial.

6. Compromisos:

- El grupo realizará el respectivo costeo de los productos que trabajen con el área de Diseño del cual se hará la respectiva asesoría en la próxima visita.
- Actualización anual de la lista de precios.

NOMBRE DE ASESOR:	Paula Andrea Enciso Sandoval
----------------------	------------------------------



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

