



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



<b>Comunidad:</b>	RESGUARDO GUAMBIA MISAK – ESPIRAL MISAK	<b>Etnia:</b>	GUAMBIA
<b>Departamento:</b>	CAUCA	<b>Municipio:</b>	SILVIA

<b>Asesor(a):</b>	MARIA CAMILA DIEZ MARTINEZ	<b>Artesano Líder:</b>	GLORIA CALAMBAS
<b>Oficio:</b>	TEJEDURIA - BISUTERIA	<b>Técnica Utilizada:</b>	CROCHET-TELAR



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326

/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia





### 1. Situación identificada:



El grupo artesanal ESPIRAL MISAK, está conformado desde el año 2015, mismo tiempo que lleva en el “Programa de fortalecimiento productivo y empresarial para pueblos indígenas y comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras- narp en Colombia” del Ministerio en alianza con Artesanías de Colombia.

Desde el año 2015 el grupo artesanal a participado en varios eventos nacionales, en las ciudades de Pereira, Medellín, Popayán, Pasto, Armenia, Cali, en Expoartesanas en la ciudad de Bogotá durante 3 años consecutivos, y un evento internacional en México.

En el año 2018, han participado en los siguientes eventos:

EVENTO	CIUDAD	INVITADO POR	RESULTADO EN VENTAS
Expoartesano	Medellín	Artesanías de Colombia	\$ 3.757.000
Encuentro Regional de Economías Propias	Pereira	Artesanías de Colombia	\$ 3.010.000
Feria Artesanal	Pasto	Maestro artesano Carlos Motombacoy	\$ 1.100.000





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



Expoartesanal Armenia	Armenia	Juan Agudelo, contactado durante el evento de Expoartesanal de Bogotá en Diciembre de 2017	\$ 800.000
Feria Artesanal	Buga	Contacto del Grupo	\$ 513.600
Feria Artesanal	Cali	Contacto del grupo	\$ 750.000
TOTAL VENTAS NACIONALES			\$ 9.930.600

En el evento de la ciudad de Pereira un solo cliente perfil comercializador compro \$ 1.300.000 en bisutería, el resto de las ventas han sido para uso personal. El grupo artesanal no tiene participación en el mercado local, ya que los demás artesanos de la zona ofrecen sus productos en el parque principal y en general a los alrededores del pueblo, a muy bajo costo, quedando imposible para ESPIRAL MISAK competir con precios tan bajos.

Durante el año 2017, el grupo contaba con 2 clientes fijos, ambos de Bogotá; uno de ellos trimestralmente compraba mochilas para exportación, dejando una compra total a la fecha de 20 mochilas; Sin embargo, este año ninguno de los 2 clientes ha realizado pedido, y por lo tanto en el 2018 no han tenido negocios cerrados.

Teniendo en cuenta lo anterior las ventas del grupo artesanal durante el año 2018 a la fecha corresponde a lo comercializado y vendido en las ferias a nivel nacional, es decir, un total de \$ 7.167.000. Para el año 2018 el grupo tiene como proyecto participar en el evento denominado “Encuentro regional de economías propias” en la ciudad de Neiva del 17 al 19 de Agosto, invitados por Artesanías de Colombia.

La comunidad realiza un costeo aproximado de sus productos, y lo definen teniendo en cuenta su conocimiento y como el grupo lo dice “a ojo”, sin embargo no conocen el costo con precisión y no tiene tabla de costos ni de precios.



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326

/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia





El grupo no tiene una gestión y control de materia prima; No maneja agenda de clientes, informa que tiene 2 clientes importantes en la ciudad de Bogotá, sin embargo se consulto sobre dichos clientes (nombre, teléfono, tipo de clientes) y no encontraron los datos, razón por la cual no los han contactado este año para ofrecer sus productos; además informaron que en la ciudad de Pereira un solo cliente compro bisutería por \$ 1.300.000 para comercialización y no tienen sus datos.

La artesana Líder cuenta con Facebook como redsocial donde aparece como “Gloria Calambas Muelas”, se evidencia que es activa y tiene un buen manejo de la red social, allí carga información e imágenes del grupo, de los productos, y de talleres; sin embargo, la comunidad como tal no cuenta con redes sociales.La comunidad no cuenta con herramientas de promoción y publicidad, tampoco cuenta con catálogos de productos.

Se evidencio que la comunidad está desarrollando los siguientes productos con ayuda del diseñador:

MOCHILAS		
TAMAÑO/MATERIAL	MATERIAL	DISEÑO
GRANDE 22 X 27	LANA PROCESADA	EMBLEMÁTICA
MEDIANA 20 x 24	LANA NATURAL	
PEQUEÑA 17 x 20	COMBINADA (LANA NATURAL+PROCESADA)	TRADICIONAL
MINIATURA 12 x 15	HILO INDUSTRIAL	CON BOLAS

BISUTERIA	
TAMAÑO	MATERIAL
Grande (7-8 líneas)	Checa
Mediana (5-6 líneas)	Telar
Pequeña (3-4 líneas)	Combinada (checa+telar)
Delgada (2 Líneas)	





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## 2. Objetivo(s):

- Desarrollar e impulsar técnicas y habilidades en ventas, para facilitar la comercialización de sus productos.
- Explicar e implementar un sistema para determinar el costo de los productos.
- Identificar los clientes potenciales de los productos, generando una agenda de clientes.
- Explicar e implementar un sistema para gestionar y controlar la materia prima utilizada en la elaboración de los productos.
- Generar estrategias y canales de comercialización.
- Implementar herramientas de promoción a través del uso de las redes sociales.
- Implementar un formato para identificar el costo de los productos.
- Implementar un formato de lista de precios.

## 3. Desarrollo:

Las actividades se desarrollaron en la comunidad artesanal Espiral Misak, localizada en el municipio de Silvia (Cauca), iniciando con la primera visita el día 31 de Julio de 2018, y finalizando con la última visita el día 08 de Noviembre de 2018, para un total de días en comunidad de 7, durante todos los talleres desarrollados el grupo mostró un gran compromiso evidenciado en las asistencias.

El grupo de artesanal desarrolla 2 técnicas de tejido: Crochet y cuetandera; la materia prima es la lana de oveja natural y lana de oveja procesada, de igual manera elaboran bisutería con base en checas y técnica en telar.

Los talleres aplicados en el eje de comercialización y mercadeo se relacionan a continuación:

- Taller técnica y habilidades en ventas



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia





- Costeo
- Agenda de clientes
- Gestión y control de materia prima
- Estrategias y canales de comercialización
- Las redes sociales una estrategia de ventas

### Implementación realizada

#### Registro fotográfico



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

#### 1. Taller Técnica y habilidades en ventas

Se les aplico el taller de habilidades en ventas, para reforzar sus destrezas y la forma de vender su producto, se tocaron los siguientes temas:

- ¿Qué son las ventas?
- Tipos de clientes
- Como construir el discurso de ventas
- Cierre de oportunidad, siempre concluir
- 2 Actividades practicas





- ✓ Actividad practica 1: Se desarrollo una actividad práctica, la cual consta en que un asistente será el “vendedor” y otro asistente será el “Cliente” asignándole una tipología de clientes (tímido, soberbio, hablador...), pero el “vendedor” no sabe que tipología de cliente se le asigno.

El objetivo del ejercicio es analizar y evaluar la reacción del “vendedor” frente al tipo de cliente, y de esta manera establecer acciones de mejora, estrategias y consejos para tratar con los clientes.

- ✓ Actividad practica 2: Para fomentar la imaginación y a su vez las habilidades en ventas, se dividió al grupo en 4 subgrupos, a los cuales se les hizo entrega de unos materiales limitados, donde se les pidió que desarrollaran un producto propio de la región que ellos no elaboraran pero siempre hayan querido realizar; a través de la realización del producto definieron: Nombre del producto, Beneficios del producto, Significado e historia del producto, precio de venta del producto y redactar el discurso de ventas.

Cuando terminaron de desarrollar el producto, nos dirigimos a la carretera donde debían ofrecer el producto a los transeúntes, de esta manera los artesanos experimentaron una venta, lo que promueve que vayan ganando experiencia y habilidades.





	<p>✓ Actividad practica 3: Con el fin de identificar el liderazgo de los miembros del grupo, se dividieron en 5 subgrupos, donde se les entrego 2 elementos, palitos de madera y plastilina, la actividad consta de armar una torre, con una única condición de que la base debe tener 4 palos, gana el equipo que tenga la torre más alta en 20 min, se le insiste al grupo que antes de iniciar identifiquen y desarrollen una estrategia de trabajo.</p> <p>A primera impresión la actividad parece ser muy sencilla, sin embargo, la construcción de la torre se le hace cada vez más complicada a los equipos.</p> <p>¿Qué se busca lograr con la actividad?: la actividad tiene varias finalidades como, identificar el perfil de los lideres ya que en este tipo de actividades de grupo resalta una persona que es la que guía y coordina; hacer entender al grupo que no todo es tan fácil como parece y las cosas no se pueden tomar a la ligera; que antes de iniciar cualquier actividad o proceso se deben generar estrategias de trabajo o una planeación.</p> <p>En la actividad práctica 3, se identificaron algunos líderes, mujeres que resaltan frente a las otras, puesto a que tomaban las decisiones en la construcción de la torre y guiaban a las otra.</p> <p>Por otro lado, ningún grupo definió un estrategia para armar las torres, todos empezaron inmediatamente se inicio el tiempo; ningún grupo logro armar la torre con todos los palos; 2 de los 5 grupos deo de intentar al observar que su torre siempre se caía.</p> <p><b>2. Taller de Costos</b></p> <p>Para lograr costear los productos, se realizaron previamente los siguientes talleres:</p> <p><b>2.1. Identificación de los productos</b></p> <p>Para la referencia se tuvo en cuenta los siguientes patrones:</p> <table border="1" data-bbox="483 1570 1386 1730"> <thead> <tr> <th>Producto</th> <th colspan="2">Tamaño</th> <th>Material</th> <th colspan="2">Nombre/Diseño</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Mochila</td> <td>Grande</td> <td>GR</td> <td rowspan="3">Lana Natura</td> <td rowspan="3">L N</td> <td>Utrul</td> <td>UT</td> </tr> <tr> <td>Mediano</td> <td>ME</td> <td>Mama Manela</td> <td>MM</td> </tr> <tr> <td>Pequeño</td> <td>PE</td> <td>Familia</td> <td>FA</td> </tr> </tbody> </table>	Producto	Tamaño		Material	Nombre/Diseño		Mochila	Grande	GR	Lana Natura	L N	Utrul	UT	Mediano	ME	Mama Manela	MM	Pequeño	PE	Familia	FA
Producto	Tamaño		Material	Nombre/Diseño																		
Mochila	Grande	GR	Lana Natura	L N	Utrul	UT																
	Mediano	ME			Mama Manela	MM																
	Pequeño	PE			Familia	FA																







Según los diseños implementados por el diseñador del programa, se identificaron los productos, descripción, medidas y referencia comercial, obteniendo los siguientes resultados.

Referencia	Descripción	Dimensión
MOCHILA GR-LN-UT	Mochila emblemática grande en lana natural diseño utrul	20x24 CM
MOCHILA ME-LN-UT	Mochila emblemática mediana en lana natural diseño utrul	17x20 CM
MOCHILA PE-LN-UT	Mochila emblemática pequeña en lana natural diseño utrul	14x17 CM
MOCHILA GR-LN-MM	Mochila emblemática grande en lana natural mama manela	20x24 CM
MOCHILA ME-LN-MM	Mochila emblemática mediana en lana natural diseño mama manela	17x20 CM
MOCHILA PE-LN-MM	Mochila emblemática pequeña en lana natural diseño mama manela	14x17 CM
MOCHILA GR-LN-FA	Mochila emblemática grande en lana natural diseño familia	20x24 CM
MOCHILA ME-LN-FA	Mochila emblemática mediana en lana natural diseño familia	17x20 CM
MOCHILA PE-LN-FA	Mochila emblemática pequeña en lana natural diseño familia	14x17 CM

## 2.2. Costeo

Conociendo la línea de productos y sus características, se costeo cada una de las referencias, para lo cual se tuvo en cuenta la siguiente información:

- Tiempo de elaboración de cada referencia (días)
- Valor del Jornal (\$)
- Peso estándar de cada referencia (gramos)
- Valor del gramo de la materia prima (\$)
- Otros descuentos





La siguiente tabla relaciona el costo obtenido por cada referencia:

COSTO DEL PRODUCTO						
Referencia	Mano de obra		Materia prima		Descuentos	costo total
	Días	valor	Gr	Valor	10%	
MOCHILA GR-LN-UT	3	\$ 78.120	300	\$ 45.600	\$ 17.000	\$ 140.720
MOCHILA ME-LN-UT	2,5	\$ 65.100	250	\$ 38.000	\$ 15.000	\$ 118.100
MOCHILA PE-LN-UT	2	\$ 52.080	200	\$ 30.400	\$ 13.000	\$ 95.480
MOCHILA GR-LN-MM	3,5	\$ 91.140	300	\$ 24.000	\$ 16.000	\$ 131.140
MOCHILA ME-LN-MM	3	\$ 78.120	250	\$ 20.000	\$ 14.000	\$ 112.120
MOCHILA PE-LN-MM	2,5	\$ 65.100	200	\$ 16.000	\$ 12.000	\$ 93.100
MOCHILA GR-LN-FA	3	\$ 78.120	300	\$ 39.000	\$ 16.000	\$ 133.120
MOCHILA ME-LN-FA	2,5	\$ 65.100	250	\$ 35.000	\$ 14.000	\$ 114.100
MOCHILA PE-LN-FA	2	\$ 52.080	200	\$ 31.000	\$ 12.000	\$ 95.080

Se anexa Simulador de costos dinámico.

### 2.3. Precio de venta

De acuerdo a la dinámica del mercado y a la utilidad deseada por el grupo, se





realizó la lista de precios de venta de los productos, descuentos a aplicar, y condiciones de los descuentos, quedando de la siguiente manera:

Referencia	Costo total	Utilidad	Precio pleno	Descuentos		
				5%	10%	15%
MOCHIL A GR-LN-UT	\$ 140.720	17,2%	\$ 170.000	\$ 161.500	\$ 153.000	\$ 144.500
MOCHIL A ME-LN-UT	\$ 118.100	21,3%	\$ 150.000	\$ 142.500	\$ 135.000	\$ 127.500
MOCHIL A PE-LN-UT	\$ 95.480	26,6%	\$ 130.000	\$ 123.500	\$ 117.000	\$ 110.500
MOCHIL A GR-LN-MM	\$ 131.140	18,0%	\$ 160.000	\$ 152.000	\$ 144.000	\$ 136.000
MOCHIL ME-LN-MM	\$ 112.120	19,9%	\$ 140.000	\$ 133.000	\$ 126.000	\$ 119.000
MOCHIL A PE-LN-MM	\$ 93.100	22,4%	\$ 120.000	\$ 114.000	\$ 108.000	\$ 102.000
MOCHIL A GR-LN-FA	\$ 133.120	16,8%	\$ 160.000	\$ 152.000	\$ 144.000	\$ 136.000
MOCHIL A ME-LN-FA	\$ 114.100	18,5%	\$ 140.000	\$ 133.000	\$ 126.000	\$ 119.000
MOCHIL A PE-LN-FA	\$ 95.080	20,8%	\$ 120.000	\$ 114.000	\$ 108.000	\$ 102.000

Condiciones de los descuentos:





	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El descuento del 5% se aplica por la compra de una unidad de producto, por solicitud del cliente.</li> <li>• El descuento del 10% se aplica exclusivamente por la compra de más de 2 unidades de producto.</li> <li>• El descuento del 15% se aplica exclusivamente para compras al por mayor (de 5 unidades en adelante).</li> </ul> <p>Se Anexa formato de costos-precios, entregado a los artesanos para mejor entendimiento.</p> <p>Se Anexa Lista de precios.</p> <p><b>3. Agenda de clientes</b></p> <p>Dado que el cliente es el protagonista de la actividad comercial, se identificaron aquellos clientes que han expuesto una intención de compra, ya sea en eventos comerciales del programa de fortalecimiento, eventos propios o en otras actividades.</p> <p>La finalidad de identificar a los clientes potenciales, es realizar un seguimiento permanente para recordarle el porqué su producto llamo su atención.</p> <p><b>4. Gestión y control de materia prima</b></p> <p>Gestionar y controlar el flujo de materia prima, permite conocer con que cantidad de materia prima cuenta el grupo, cuanto es su valor, quien es el responsable de la información y programar de esta manera la adquisición del material. Para el grupo Espiral Misak se implementó un formato de gestión el cual cuenta con la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Referencia <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Fecha</li> <li>➢ Proveedor</li> </ul> </li> <li>• Entrada de Materia Prima <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Cantidad Gramos</li> <li>➢ Costo unitario</li> <li>➢ Costo Total</li> </ul> </li> <li>• Salida de Materia Prima <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Nombre de artesano</li> </ul> </li> </ul>
--	--





- Cantidad gramos
- Costo unitario
- Costo total
- Firma (garantiza que se recibió el material)
- Producto transformado
  - Peso gramos
  - Diferencia

GESTION Y CONTROL DE MATERIA PRIMA

REFERENCIA		ENTRADA DE MATERIA PRIMA			SAIDA DE MATERIA PRIMA				PRODUCTO TRANSFORMADO						
Fecha	Proveedor	Cant. Gr.	Costo Unitario	Costo Total	Artesano	Cant. Gr.	Costo Unit.	Costo Total	Firma	Peso Gr.	Diferencia				
10-07	Nobio Rytimo	50.000	\$ 34	\$ 1.700.000	Oliver Zambrano	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
11-07					Carolina Zambrano	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
12-07					Carolina Zambrano	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
13-07					Wanda Julia Alvarez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
14-07					Marianela Tundak	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
15-07					Priscilla Sanchez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
16-07					Priscilla Sanchez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
17-07					Priscilla Sanchez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
18-07					Priscilla Sanchez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
19-07					Priscilla Sanchez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
20-07					Sandra R. Calvente	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
21-07					Sandra R. Calvente	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
22-07					Luz Mary Guerrero	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
23-07					Maria Silvia Lopez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
24-07					Luz Mary Guerrero	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
25-07					Maria Silvia Lopez	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
26-07					Luz Mary Guerrero	1.000	\$ 34	\$ 34.000							
Saldo a 01-OCT							\$ 1.700.000		15.000	\$ 510	\$ 8.100.000				
01									Armando	2.300	\$ 36	\$ 82.800			
02									Ana Julia	2.300	\$ 36	\$ 82.800			
03					Arina Turbato	2.300	\$ 36	\$ 82.800							
04					Sandra Alvarez	2.300	\$ 36	\$ 82.800							
05					Sandra Alvarez	1.400	\$ 36	\$ 50.400							
06					Clodia Turbato	2.225	\$ 36	\$ 80.100							
07					Alba Pineda	1.300	\$ 36	\$ 46.800							
08					Sandra Alvarez	2.200	\$ 36	\$ 79.200							
Saldo a 01-OCT						14.150	\$ 510	\$ 7.254.000							

Se anexa formato de gestión y control de materia prima diligenciado.

5. Estrategias y canales de comercialización

Es el taller insumo para la elaboración del plan de mercadeo focalizado, se inicia con el diagnostico comercial, donde el grupo expone que no cuenta con estrategias y canales de comercialización, sin embargo son invitadas espontáneamente a eventos comerciales a nivel nacional, por conocidos del grupo.

De acuerdo a las necesidades y al alcance del grupo artesanal se desarrollaron 2





	<p>estrategias de comercialización:</p> <p>1) Redes sociales: aprovechando que es un medio de comercialización virtual gratuito, se crea facebook, como herramienta para dar a conocer los productos y encontrar clientes potenciales.</p> <p>2) Catálogo de productos: Desarrollo de un catálogo de productos, para ser difundido a través de redes sociales.</p> <p>Se hace entrega de un modelo de catálogo, adelantado por el equipo comercial y de comunicaciones, el cual se socializa y se complementa con el grupo artesanal. Posterior a esto se desarrolló la estrategia de fidelización, con la finalidad de captar, retener y afianzar a los clientes, mediante la satisfacción de sus necesidades.</p> <p>Se anexa catálogo de productos.</p> <p><b>6. Las redes sociales una estrategia de ventas</b></p> <p>Las redes sociales son sitios de internet que permiten a las personas conectarse de manera virtual, compartir contenidos, interactuar, crear comunidades, comercializar productos y servicios, entre otras.</p> <p>Los celulares Smartphone han permitido a los usuarios conectarse permanentemente a sus redes sociales, en cualquier lugar y a cualquier hora, Las redes sociales más usadas son facebooke instagram, a las cuales se les dedica aproximadamente 3:20 y 2:48 horas respectivamente.</p> <p>Teniendo en cuenta que Espiral Misak es un grupo de seguimiento, se evidencia que en vigencias anteriores se hizo apertura de redes sociales, las cuales relaciono a continuación.</p> <p>1) Correo electrónico: <a href="mailto:espiral.misak.asociados@gmail.com">espiral.misak.asociados@gmail.com</a></p> <p>2) Facebook <a href="https://www.facebook.com/espiral.misak/">https://www.facebook.com/espiral.misak/</a></p>
--	--





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



	<p> <b>Páginas</b> <span style="float: right;">Ver todo</span></p> <hr/> <div data-bbox="506 424 646 562">  </div> <div data-bbox="662 436 1377 529"> <p><b>Espiral Misak Asociados</b> <span style="float: right;">✓ Te gusta ▾</span></p> <p>A 391 personas les gusta esto · Municipio Silvia, Cauca, Colombia · Ti... El grupo de mujeres artesanas del pueblo <a href="#">Misak</a>, hacemos memoria a...</p> </div> <hr/> <p style="text-align: center;">Ver todo</p>
<p><b>Acciones Realizadas</b></p>	<p>3) Instragramespiral.misak</p> <p><a href="https://www.instagram.com/espiral.misak/">https://www.instagram.com/espiral.misak/</a></p> <div data-bbox="480 856 1393 1138">  </div> <p>Se evidencia que el grupo lleva un correcto manejo de las redes sociales, mantiene en permanente actualización, comparten información y productos, y mantienen en la búsqueda de clientes potenciales.</p> <p>Durante las visitas realizadas por el asesor, las acciones realizadas en el eje de comercialización y mercadeo se concentraron en 2 ejes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Producto: Identificación, descripción, referencia, costos, utilidad y precio de venta.</li> <li>2) Comercialización y mercadeo: Agenda de clientes, estrategias y canales de comercialización, técnica y habilidades en ventas, redes sociales.</li> </ol>



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





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



#### 4. Logros:

- Identificar el costo de cada producto, discriminando la materia prima y mano de obra.
- Diligenciamiento de la lista de precios, identificando la utilidad de cada producto.
- Desarrollar técnicas y habilidades en ventas, como destrezas para la participación en eventos comerciales.

#### 5. Dificultades:

- Se evidencia que hay 4 mujeres, que pertenecen a dos grupos artesanales, al de Espiral Misak y al de Artes Tranara, lo que ha generado comentarios de insatisfacción por las artesanas de Espiral Misak, debido a que dichas mujeres estarían recibiendo materia prima de ambos grupos. Mediante reunión, las cuatro integrantes, deciden quedarse en Tranal.
- Debido a que una de las 4 mujeres, fue la creadora de un diseño implementado por Espiral Misak, se pide esclarecer el tema de los derechos de autor de la mamá Manela cuya autoría es de Sandra Liliana Calambas (Artes Tranara), la cual las venía desarrollando para Espiral Arte y al ya no continuar para este, ella sigue un poco confundida de si las deja para que las sigan vendiendo en las ferias, o la vuelve un producto de su comunidad Tranal, o de qué forma según artesanías de Colombia, ella debe seguir elaborándola y comercializándola, inconveniente que se vuelve más complejo, ya que para el grupo de Silvia es uno de sus productos emblemáticos, pero que al irse Liliana del grupo, es pertinente dejar claros los acuerdos así como valorar el talento de quienes correspondan y se llegue acuerdos justos bajo parámetros de ADC.



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326

/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia







GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## 6. Compromisos:

- Identificar los clientes potenciales de la zona.
- Mantener en permanente actualización las redes sociales.
- Diligenciar permanentemente el formato de gestión y control de materia prima

NOMBRE DE ASESOR:	MARIA CAMILA DIEZ MARTINEZ
----------------------	----------------------------



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia

