



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

Asesoría Comercial
Resguardo Indígena Inga de Yurayaco
San José del fragua - Caquetá

Carlos Andrés Giraldo Herreño

Asesor Comercial

Diciembre 2018



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



INTRODUCCIÓN

El entorno cultural, social y económico de las comunidades indígenas en Colombia, se encuentran aun rezagadas y un poco olvidadas. Derivadas de factores como el conflicto armado, la inseguridad alimentaria, los cultivos ilícitos entre otros factores, así como la misma globalización. Que en parte también han ocasionado la pérdida de su identidad cultural de las comunidades.

Es por esto, que programas como el convenio interadministrativo entre el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Artesanías de Colombia para el fortalecimiento productivo de las comunidades indígenas surgen como un medio de apoyo e impulso para estas comunidades que les permite recuperar esa identidad cultural que se ha venido perdiendo, así como obtener un impulso y apoyo para el desarrollo económico de la comunidad a través de la actividad artesanal y agro

En el marco de este programa se realiza el presente informe el cual está orientado a las actividades realizadas en cada una de las comunidades pertenecientes a la regional de Neiva ubicadas en los departamentos del Tolima como lo son Matora de Maito en el municipio de Chaparral y Nasa Las Mercedes en el municipio de Rio Blanco y en el departamento del Caquetá la comunidad Inga en el municipio de San José de Fraga, la comunidad Koreguaje en el pueblo de San Antonio de Jetucha en el municipio de Milán y la comunidad Ismuina en el departamento de Solano



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



OBJETIVO GENERAL

Capacitar y acompañar a cada una de las comunidades asignadas en todo el proceso comercial

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Capacitar a cada una de las comunidades en todo el componente de formalización empresarial en temáticas como registro contable, inventarios, fondo comunitario, formalización y organización empresarial
- Capacitar a cada una de las comunidades en todo el componente de comercialización y mercadeo en temáticas como costeo de producto, control y gestión de materias primas, seguimiento a ventas y clientes, internacionalización, vitrina comercial y redes sociales, técnicas de ventas entre otros
- Acompañar a cada una de las comunidades en su participación en las ferias para el cierre y seguimiento de negocios y clientes potenciales
- Acompañar y asesorar a las comunidades que tomen la decisión o lleven el proceso de formalización y organización empresarial

DESARROLLO DE ACTIVIDADES:

Formalización Empresarial



La comunidad inga ubicada en la inspección de Yurayaco, en el municipio de San Jose de Fragua es una comunidad especializada en la tejeduría en chaqira. Tienen muy buena técnica y gracias a un programa patrocinado por la organización de Parques Nacionales Indi Wasi, del municipio d San Jose de Fragua, han empezado a fortalecer la actividad artesanal.

Cuentan con local comercial, y un grupo de artesanas que manejan a la perfección a la técnica. Pese a este contexto al ser una comunidad nueva. Al inicio del proceso poseían varias falencias importantes con respecto al componente de formalización empresarial

Como punto inicial en el primer diagnóstico realizado a la comunidad. No se encontraban formalizados, y tampoco se poseían un proceso para formalizarse en curso; Así mismo poseían un control establecido sobre las entradas y salidas muy rustico, llegando en ocasiones al desorden y confusión en la entrega de los dividendos de las ventas



Por otra parte, venían manejando un esquema de ahorro donde se dividían los ingresos por ventas en tres partes:



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



1. 33.33% Artesano
2. 33.33% Pago de arriendo y servicios
3. 33.33% Compra de materiales



Otro aspecto que también se evidencio fue la falta de registro y control sobre los productos terminados. solo se centran en producir y vender, pero sin saber con exactitud datos básicos como la cantidad de productos, productos mas vendidos, productos menos vendidos y la disponibilidad de producto o capacidad de producción

Tomando este análisis inicial como punto de referencia las actividades del eje de formalización empresarial se centraron en cubrir cada uno de estos aspectos tomando en consideración el contexto actual de la comunidad.

Se desarrollo una asesoría detallada con conceptos claros sobre cada uno de los aspectos mas importantes de la formalización de una organización. Hacendó énfasis en las ventajas y beneficios a los cuales se verían afectos por el solo hecho de constituirse como asociación junto con los diversos compromisos que se adquieren. Sin embargo, por decisión grupal la comunidad, determina no iniciar ningún proceso por el momento dado que no se sienten preparados, y no cuentan con el capital necesario para realizar toda la tramitología





No obstante, aspectos como los inventarios de productos terminados, la implementación de un libro contable, y la reestructuración de las condiciones del fondo común fueron un acierto y un punto muy positivo para la grupo; el manejo de las cuentas tanto ingresos como egresos del rubro de artesanías se mejoro notablemente y les ha permitido además de aportar para el manejo de los abonos al fondo común del grupo saber que se ha vendido, a quien corresponde, cuanto deben aportar al fondo y los demás movimientos financieros respectivos. Por su parte el fondo comunitario también se reestructuro y se cambiaron sus condiciones a un aporte fijo mensual de \$ 4.500 pesos por artesano, lo que permitió hacer un lado las discrepancias por las abismales diferencias en los aportes entre un artesano y otro; debido a que se venden en ocasiones mas productos de unos artesanos que de otros. Y finalmente los inventarios también fueron un acierto, desde su implementación inicial en conjunto con la elaboración de la lista de precios, puesto que lo vienen aplicando con los nuevos desarrollos y los productos que se han vendido recientemente

Comercialización y Mercadeo



productos del mismo tipo.

La comunidad Inga también tiene varias fortalezas en la parte mercadológica y de comercialización que les brinda una ventaja competitiva sobre otras comunidades. En términos generales, su local comercial les ha permitido exhibir sus productos en la inspección de Yurayaco. Sin embargo, sus productos en un principio no tenían ningún valor agregado ni factor diferenciador que les permitiera destacar sobre



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



El único canal de comercialización empleado por la comunidad en un inicio con el proyecto, era su local comercial; no poseían presencia digital y tampoco poseían una lista de precios de sus productos ni la aplicación de la metodología para estimar el valor de dichos productos, tampoco poseían estándares (tamaños, diseño etc.) de diseño, lo que dificultaba la estandarización de precios por línea de productos.



Sumado a esto, tenemos que, aunque sus volúmenes de stock de materias primas eran importantes dado que dentro del apoyo que Parques Nacionales les había brindado, se encontraba una importante dotación de materias primas (chaquiras, mostacilla, agujas, implementos de exhibición etc.). El uso de materiales para la elaboración de los productos no era muy controlado. En muchas ocasiones se elaboraban los productos, pero no se registraba cuanta materia prima se utilizaba y se retornaba.

Finalizando dicho diagnóstico, encontramos que la comunidad no tiene muy claro factores como la conversión de divisas para la valuación de sus productos en moneda extranjera, la identificación de billetes legítimos y falsos o las pautas y recomendaciones para un correcto proceso exportador. Puntos importantes en desarrollo de una feria de índole nacional con alcances internacionales como lo es Expoartesanías, sumado al hecho de que no saben muy bien como ofrecer y vender un producto



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Conforme a esta situación la orientación y asesoría en estas temáticas, le permitió a la comunidad además de la apropiación del conocimiento. Resultados tangibles y útiles tales como una lista de precios detallada con los productos actuales y los nuevos desarrollos del componente de diseño. Además de la capacidad que adquirieron los artesanos para definir el precio de sus productos y que han venido aplicando para los productos que han venido elaborando recientemente y que han venido registrando en una planilla de control que ellos mismos elaboraron



Por su parte el control de la materia prima también ha tenido buenos resultados, se asignó como responsable a la artesana Luz Delly Torrez y los artesanos han venido registrando los datos de los materiales que retiran y devuelven. Así mismo como iniciativa propia con base al material que emplean en la elaboración de sus productos cada que se realiza una venta, el artesano correspondiente reintegra el monto gastado en materia prima



De igual modo, la asesoría en gestión digital y redes sociales, canales de comercialización y mercadeo, divisas y procesos de exportación permitieron que el grupo creara una FanPage en Facebook, la cual se ha venido alimentando continuamente con las diversas actividades que se realizan y los productos que han venido desarrollando últimamente. De la misma manera el grupo aprendió a identificar billetes falsos y ahora además de las técnicas de verificación recomendadas por el Banco de la República para la validación de billetes falsos usan un marcador para papel moneda. Así mismo ya saben estimar el precio de sus productos en monedas extranjeras, lo cual han venido aplicando para los productos que llevarán a la feria de Bogotá



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Avanzando en este recuento de resultados, cabe destacar que gracias al trabajo conjunto con la comunidad, se lograron definir los componentes del plan de mercadeo focalizado de la comunidad como canales de comercialización donde además de su local comercial, empezaran a buscar otros puntos de comercialización como las tiendas especializadas en la ciudad de Florencia, y una serie de estrategias de diferenciación con base a su contexto actual, como



empaques especiales o la elaboración de paquetes de productos para fechas especiales



En una última instancia, la comunidad a través de la asesoría general en términos Inconterms y proceso de exportación logro familiarizarse un poco con los diversos requisitos, pasos y restricciones a los que se ve afecto un proceso de exportación, así como los diferentes términos de negociación y las entidades que pueden realizar el acompañamiento para desarrollar un correcto proceso de

exportación así vez que la asesoría en procesos de ventas; permitió fortalecer conceptos básicos para concretar una venta, los cuales han empezado a aplicar en los diversos eventos en los que han empezado a participar como el Encuentro Regional de Neiva o las fiestas de Yurayaco y San Jose de Fragua