

## Anexos

### Plan de Acción

Nombre de las actividades	Breve descripción	Presupuesto (Descripción y cantidad)
FASE 1 Estoy Vacilao	Capacitar a los intermediarios comerciales Zenú que viven en Medellín	
Actividad 1: Aprendiendo a vender	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprender a comercializar 3 artesanías (hamaca, sombreros y bolsos), mediante un taller de 8 horas dividido en 2 días.</li> <li>- Proponer lineamientos de estrategias para comercializar las artesanías</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un capacitador en temas de mercadeo étnicos en total \$800.000.</li> <li>- Espacio para crear, proyector de pantalla, internet. (centro cultural de Moravia)</li> <li>- Pizarra, marcador borrable, borrador, tijeras, colbón, marcado de colores, lapiceros, papel globo, cartulina de colores, revistas viejas (\$135.000);</li> <li>- 11 (por dos días) refrigerios \$110.000</li> </ul>
Actividad 2: Háblamelo	Cartelera de dichos o palabras parranderos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pizarra, marcador borrable</li> <li>- Pizarra otorgada por centro cultural Moravia marcador borrable \$1.500</li> </ul>
Actividad 3: Cámaras, luces y acción	- Hacer una puesta en escena imitando ventas	- Espacio, capacitador (Se hará el días 2 de la capacitación)
FASE 2 Metamorfosis del sombrero Vueltaio	Crear un lineamiento de estrategia de comercialización atrayente, mediante la creación de un empaque y un discurso con palabras de la etnia Zenú	
Actividad 1: Empaque	Centro de valle del software de San Javier o Castilla	- Pasajes \$42.400 y refrigerio 4 veces \$10.000
Actividad 2: Presentación del empaque a la comunidad	Video divulgado por redes sociales acerca de cómo funcionará el empaque	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cámara y edición, un productor audiovisual</li> <li>- Pago por servicios y equipos \$70.000</li> </ul>
FASE 3 Vamo' a visita' al Compae	Facilitar el relacionamiento con artesanos, consumidores y tiendas para la comercialización de artesanías en Medellín	
Actividad 1: Conocer competidores	De forma virtual conocer posibles competidores y analizar sus métodos de ventas	Utilización de computador e internet para acceder a los sitios virtuales requeridos donde están los competidores

Actividad 2: Visitar a artesanos	Conocer artesanos de primera mano para que nos venda sus obras, que se adapte a las necesidades urbanas y estéticas de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Viaje a Tuchín ida y vuelta una vez durante 3 días \$800.000</li> <li>- Transporte ida y vuelta y transporte interno \$500.000</li> <li>- Hospedaje \$60.000</li> <li>- Alimentación \$150.000</li> <li>- Percances \$70.000</li> </ul>
Actividad 3: Visitar a posibles tiendas que puedan vender nuestras artesanías	Luego de contactadas por forma virtual visitar 10 tiendas	Transporte a 10 tiendas y refrigerio \$120.000
Actividad 4: Crear un directorio telefónico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener una red de contactos es fundamental para comercialización y expansión del club</li> <li>- 10 artesanos y 10 tiendas y 10 momentos</li> </ul>	Revisión virtual de momentos fiesteros de Medellín, alquiler de computador e internet 4 horas 8000. llamadas a tiendas \$25.000
Actividad 5: Relacionarse con el consumidor final	Hacer un bullerengue al aire libre en Laureles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alquiler de grupo de bullerengue \$500.000</li> <li>- Pasajes del grupo \$100.000</li> <li>- Agua \$10.000</li> </ul>

El plan de acción está encaminada a una labor con las intermediarias y el público objetivo principalmente