



Bitácora Comercial 2020 HILARTE Nariño, Córdoba

Apoyo y Fomento a la Actividad Artesanal de las Comunidades o Grupos Étnicos,
como Expresión de sus Economías Propias a Nivel Nacional.



El progreso
es de todos

Gobierno
de Colombia
Mincomercio



LÍNEA ÉTNICA

Apoyo y Fomento a la Actividad Artesanal de las Comunidades o Grupos Étnicos,
como Expresión de sus Economías Propias a Nivel Nacional.

BITÁCORA COMPONENTE COMERCIAL

HILARTE

Nariño, Cordoba

Línea:Indígena

Nombre del asesor: Dahian Santiago Patiño González
2020



Departamento: Nariño
Ciudad: Córdoba



Nombre Comercial: Hilarte
Número de artesanos: 15
Asesor Comercial: Dahian Santiago Patiño González



Foto tomada por: Andrea Cando
Descripción y lugar: Zona Rural – Resguardo Males, Córdoba, Nariño

CRITERIOS DE AUTO-EVALUACIÓN

Definición de costos y precios de ventas: De 1 a 10 ¿Cuentan con una estructura para definir precios justos.?

Manejo de registros: De 1 a 10 El grupo artesanal registra información relacionada a manejo de cuentas, inventarios, presupuesto para eventos, agenda de clientes, entre otros.

Canales de comercialización: De 1 a 10 ¿Cuáles son los principales canales de venta? ¿Redes sociales? Sus principales ventas son a nivel local, regional y/o nacional

Atención al cliente: De 1 a 10 ¿Cómo es la atención con el cliente? ¿Los artesanos tienen habilidades comerciales?

Formalización Empresarial: De 1 a 10 ¿El grupo artesanal se encuentra formalizado como asociación, fundación, corporación? O esta en proceso de formalizarse como empresa

Gestión de recursos: De 1 a 10 ¿El grupo gestiona alianzas y recursos con otras entidades locales o nacionales que fortalezcan la actividad artesanal ?

Discurso de ventas: De 1 a 10 Los artesanos manejan un discurso de ventas claro que cuente la historia de los productos al omento de venderlos

Ventas e ingresos: De 1 a 10 ¿El grupo maneja el registro de ventas? En el 2019 ¿cuales fueron sus ventas totales?



FECHA DE
REALIZACIÓN: 7/ Mayo / 2020

4,6
10

INFORMACIÓN BASE

¿Cuánto es el ingreso promedio (jornal y/o salario) por artesano?

\$ 700.000

¿Cuál es el valor del jornal en la zona?

\$ 30.000 - \$35.000

¿Cuánto de su ingreso promedio equivale a ingreso (\$) por actividad artesanal

\$ 100.000

¿A qué actividades económicas se dedican en paralelo a la actividad artesanal? Las mujeres artesanas del grupo Hilarte poseen múltiples actividades laborales. Algunas de ellas se desempeñan cotidianamente como modistas, algunas otras trabajan para pequeñas cooperativas de papa y mora; adicionalmente, muchas cuentan con chagras (cultivos) donde siembran papas y moras que luego comercializan a través de intermediarios y comerciantes locales en el municipio de Córdoba, Nariño

¿El grupo artesanal se encuentra formalizado? Si ___ No X

¿Les interesa formalizarse? Si X No ___ ¿Por qué? El grupo Hilarte cuenta con 15 artesanas; es un grupo que se encuentra en proceso de crecimiento organizativo y de liderazgo. Poseen algunas dificultades de comunicación entre la líder y el grupo de artesanas, sin embargo, reflejan un alto compromiso por mejorar en la calidad de sus productos y su comercialización a través de diferentes vitrinas comerciales como Expoartesano y Expoartesánías. Aún no se recomienda dar el paso a la formalización empresarial del grupo.

¿Cuál es el estado actual del RUT del artesano líder, mencione la actividad económica?

El RUT de Graciela es del año 2019; No obstante, cuenta con la obligación tributaria CÓD 49. No posee la actividad económica 8299.

Ventas totales año 2019: \$ 5.596.000

Observaciones: El grupo Hilarte se encuentra en proceso de crecimiento en términos comerciales. Sin embargo, se evidencia una limitada oferta y diversidad de productos. Adicionalmente, la técnica no es dominada por la totalidad de artesanas; lo que requiere un proceso fuerte de transmisión de saberes.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR CON LA COMUNIDAD

Intervenciones planteadas desde el componente comercial, considerando las estrategias necesarias para la mitigación del impacto en la económica artesanal.

Asesorías virtuales

- Autodiagnóstico Comercial
- Inventario de producto
- Prepárese para el futuro
- Costos y precios
- Discurso de ventas
- Finanzas Personales

ACTIVIDADES PARA SOCIALIZACIÓN Y REACTIVACIÓN

se construye en conjunto con la comunidad, y los responsables son directamente ellos, se debe plasmar es las actividades que ellos piensan que pueden realizar para reactivar el mercado

Actividades Post-Cuarentena: (para la comunidad)

- Identificar canales de comercialización para sus productos
- Establecer alianzas comerciales con marcas del sector moda que potencialicen la oferta de productos del grupo.
- Participar activamente en los eventos comerciales a nivel regional y nacional.

Intervención: 1

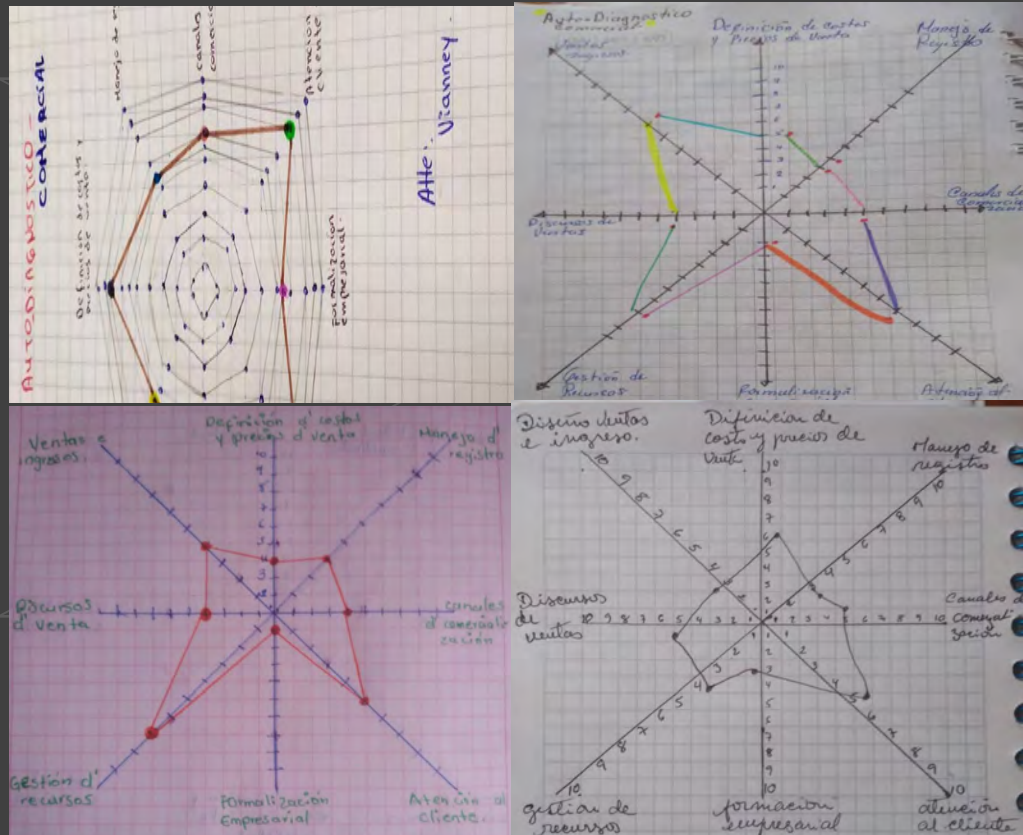
Fecha: 14 / 05 / 2020

Nombre de la Asesoría Virtual: Socialización plan de trabajo y Autodiagnóstico comercial

Interlocutor: Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga

Alcance: 15

Formato digital en el que se envía: Infografía



Objetivo: Socializar el plan de trabajo propuesto durante este año a nivel del componente comercial e Identificar las fortalezas y debilidades del grupo a través del autodiagnóstico comercial.

Desarrollo:

La jornada inició a las 10:30 am a través de una llamada telefónica con la participación de 5 artesanas del grupo. Se realizó un saludo y posteriormente se presentaron las acciones a implementar durante esta vigencia. Luego, se inició con la actividad de autodiagnóstico.

Material pedagógico utilizado: Infografía de Autodiagnóstico

Actividad planteada para desarrollar: La actividad consistió en realizar un autodiagnóstico del grupo a través de 8 pilares estratégicos del componente comercial, con el propósito de orientar las acciones prioritarias e identificar las debilidades y fortalezas que posee el grupo a nivel comercial.

Se le pidió a cada artesana realizar el diagrama y calificar según su opinión el estado del grupo en términos comerciales. Luego, cada artesana socializó su opinión y entre todos realizaron una evaluación grupal. El resultado fue 4,6 sobre 10.

Logros: A través del ejercicio de autodiagnóstico, las artesanas del grupo identificaron los puntos fuertes y las oportunidades de mejora a nivel comercial.

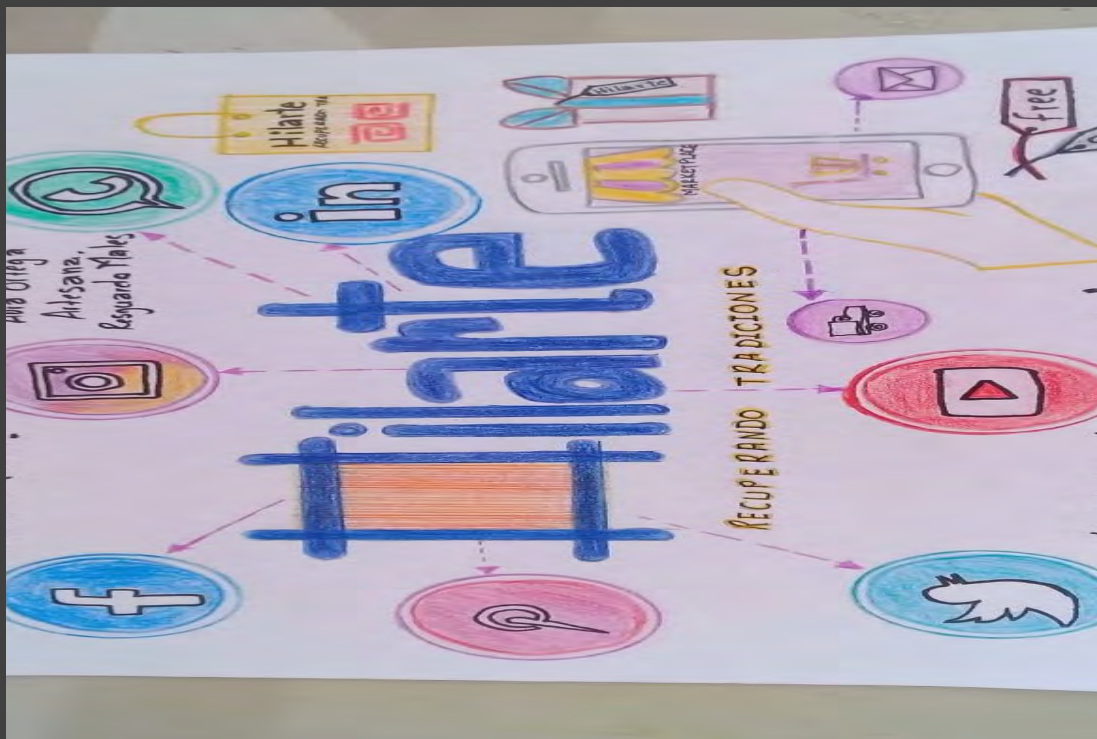
Intervención: 2**Fecha:** 4 / 6 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Prepárese Para el Futuro**Interlocutor:** Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga**Alcance:** 15**Formato digital en el que se envía:** N/A

Foto tomada por: Aura Ortega
Descripción y lugar: Casa de las artesanas

Objetivo: Identificar oportunidades de apertura de nuevos mercados para la comercialización de los productos artesanales.

Desarrollo: La actividad inició a las 4:30 pm con la participación de 5 artesanas del grupo. Se realizó una breve explicación sobre lo que es mercado local, regional, nacional e internacional. Así mismo, los tipos de mercado que existen como espacios físicos y virtuales. Posteriormente, se mencionaron las oportunidades comerciales existentes a través de las redes sociales, Marketplaces, plataformas de comercio electrónico y ferias virtuales y finalmente un ejercicio práctico.

Material pedagógico utilizado: Presentación “Prepárese para el futuro”

Actividad planteada para desarrollar: Se le pidió a cada artesana realizar un dibujo que respondiera a la siguiente pregunta: ¿Cómo se proyecta el grupo a nivel comercial en el resto del año?. Con el propósito de sensibilizar sobre el mensaje de mercados virtuales y apertura de nuevos espacios de comercialización a nivel digital.

Logros: A través del ejercicio práctico, el grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.

Intervención: 3

Fecha: 26 / 06 / 2020

Nombre de la Asesoría Virtual: Discurso de Ventas

Interlocutor: Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga

Alcance: 15

Formato digital en el que se envía: Infografía discurso de ventas



Foto tomada por: Aura Ortega
Descripción y lugar: Casa de las artesanas

Objetivo: Construir el discurso comercial del grupo artesanal.

Desarrollo: La actividad inició a las 5:30 pm con la participación de la artesana líder del grupo y 5 artesanas más. Inicialmente se trabajó sobre la importancia de elaborar un discurso de ventas claro, concreto y preciso con el propósito de ser más efectivos al momento de presentar su negocio ante un cliente. Posteriormente, se le pidió a cada artesana escribir su discurso comercial con los 4 pasos fundamentales para hacerlo. Presentación, historia, producto y comunicaciones.

Material pedagógico utilizado: Infografía discurso de ventas.

Actividad planteada para desarrollar: Se realizó una presentación sobre los 4 pasos para elaborar un discurso de ventas efectivo. Luego, cada artesana se le pidió escribir el discurso de ventas contemplando los 4 pasos clave. En la próxima sesión, el propósito es que las artesanas realicen el ejercicio práctico de presentación.

Logros: Con la actividad propuesta, se logró que las artesanas aprendieran los pasos clave al momento de elaborar el discurso de ventas.

Intervención: 4**Fecha: 06/ 07 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual: Refuerzo Discurso de Ventas****Interlocutor:** Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga**Alcance: 15****Formato digital en el que se envía:** Infografía discurso de ventas

Foto tomada por: Aura Ortega

Descripción y lugar: Casa de las artesanas

Objetivo: Reforzar el discurso comercial del grupo artesanal.**Desarrollo:** La actividad inició a las 4:00 pm con la participación de 7 integrantes del grupo; inicialmente, se les pidió a algunas artesanas mencionar los pasos clave para construir un discurso de ventas efectivo; posteriormente, cada artesana realizó preguntas sobre como mejorar el discurso y cada una leyó su escrito; en la medida de la lectura, las artesanas y el asesor realizaban comentarios positivos y constructivos para mejorar la calidad del discurso. Finalmente, después del proceso de retroalimentación se le pidió a cada una hacer los ajustes para revisarlos durante la próxima sesión.**Material pedagógico utilizado:** Infografía discurso de ventas.**Actividad planteada para desarrollar:** Se realizó un breve recordatorio acerca de los pasos clave para construir el discurso de ventas. Posteriormente cada artesana debía leer el discurso y recibir la retroalimentación con el propósito de hacer los ajustes y realizar la presentación final durante la siguiente asesoría.**Logros:** Identificar las debilidades y fortalezas al momento de presentar el discurso de ventas ante el público o cliente.

Intervención: 5**Fecha: 27 / 07 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual: Refuerzo Discurso de Ventas****Interlocutor:** Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga**Alcance: 15****Formato digital en el que se envía: N/A****DISCURSO COMERCIAL HILARTE****POR: AURA ORTEGA - ARTESANA HILARTE****RESGUARDO DE MALES, CORDOBA – NARIÑO****PARA COMPONENTE COMERCIAL – SANTIAGO PATIÑO
ARTESANIAS DE COLOMBIA (ETNIAS)**

Hola, les envío un saludo a todos quienes nos miran a través de este medio, mi nombre es Aura Ortega y soy una de las 15 artesanas que conforman HILARTE.

Nuestro grupo HILARTE, es una comunidad de mujeres cuyo trabajo artesanal tiene que ver con la elaboración de tejidos con base en el rescate de técnicas ancestrales como el telar, el bordado a mano y el tejido en agujas, Somos tejedoras de historias, hilamos arte con nuestras manos, "Recuperamos Tradiciones"...

El taller de Hilarte está ubicado en el Resguardo de Males, conocido también como "Pueblo del Guacamayo" según la leyenda de fundación; de ahí nuestra inspiración a la hora de crear nuestros productos. Nuestro Resguardo está en el Municipio de Córdoba, ciudad bonita donde nace el sol, Departamento de Nariño, sur de Colombia.

Objetivo: Realizar la presentación del discurso de ventas ante los demás participantes

Desarrollo: La actividad inició a las 3:30 pm con la participación de la artesana líder del grupo y 6 artesanas más. El propósito de la sesión estuvo dirigido a la lectura del discurso de ventas de cada artesana, con el fin de identificar los aspectos clave de su construcción, así como mejorar la capacidad de expresión y habilidades de ventas.

Al finalizar el ejercicio, las artesanas quedaron muy satisfechas con los resultados obtenidos.

Material pedagógico utilizado: Infografía discurso de ventas.

Actividad planteada para desarrollar: Durante la sesión, cada artesana presentó su discurso de ventas; dicho ejercicio permitió reflejar la mejora en los discursos construidos por cada artesana, así como el mejoramiento de sus habilidades de venta y de expresión oral.

Logros: Construir un discurso de ventas conciso, preciso y efectivo destacando aspectos del grupo como su identidad, historia cultural y trayectoria.

Intervención: 6

Fecha: 07 / 08 / 2020

Nombre de la Asesoría Virtual: Costos y precios reto 1 hilarte

Interlocutor: Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga

Alcance: 15

Formato digital en el que se envía: N/A



Foto tomada por: Graciela Ortega
Descripción y lugar: Casa de las artesanas

Objetivo: Definir costos y precios de las diferentes líneas elaboradas por el grupo.

Desarrollo: La actividad inició a las 4:00 pm con la participación de 7 artesanas. En un primer momento se realizó un diagnóstico sobre el método como el grupo realizaba el cálculo de los precios de sus productos. Es necesario anotar que, durante la vigencia anterior, habían recibido algunas asesorías puntuales de asesores del programa que facilitó la comprensión de algunos términos. Así mismo, se evidenció que la forma como calculaban los precios era muy similar a la metodología de costos y precios. Posteriormente, se recordaron algunos conceptos clave como: valor percibido, capacidad de producción, % de ganancia, materia prima, costos indirectos de fabricación y precio de venta. Luego de esto, se les compartió la guía de costos y precios diseñada durante la presente vigencia y se les pidió iniciar con el 1er reto planteado en la cartilla.

Material pedagógico utilizado: Infografía discurso de ventas.

Actividad planteada para desarrollar: Se realizó la socialización de los conceptos básicos sobre costos y precios de producto. Adicionalmente se inició con el 1er reto de la cartilla de costos y precios.

Logros: Con la actividad propuesta, se logró que las artesanas aprendieran los pasos clave al momento de elaborar el discurso de ventas.

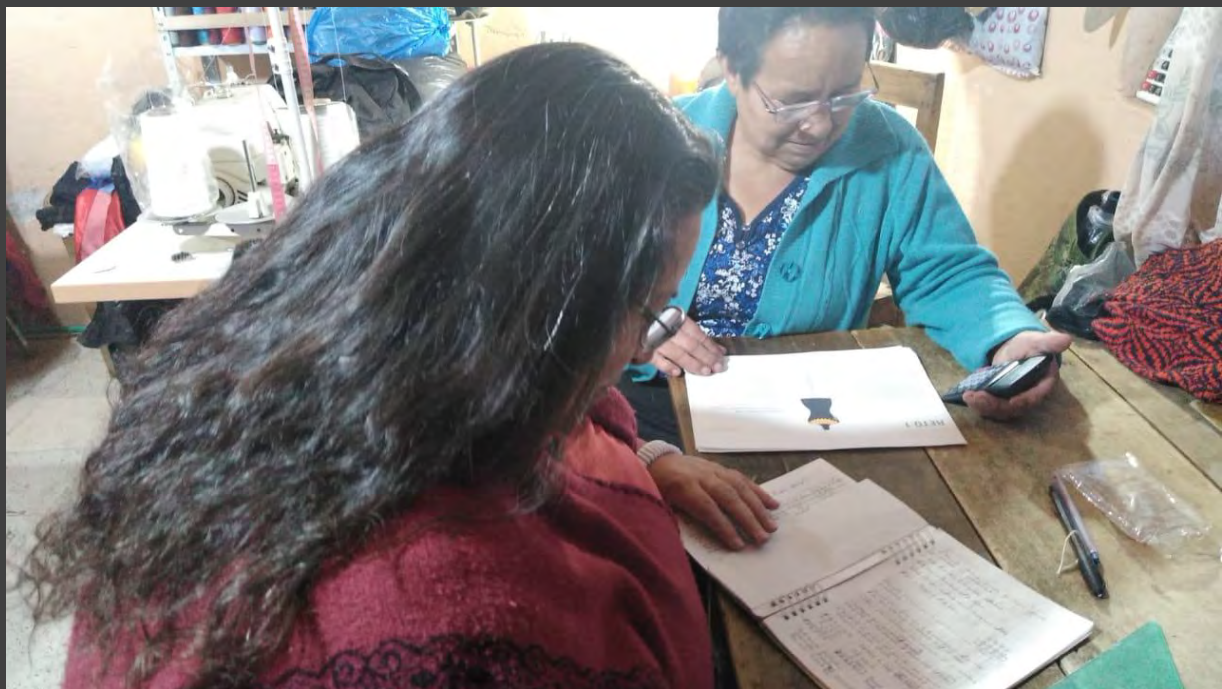
Intervención: 7**Fecha:** 27 / 08 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Refuerzo costos y precios**HilarteInterlocutor:** Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga**Alcance:** 15**Formato digital en el que se envía:** N/A

Foto tomada por: Aura Ortega
Descripción y lugar: Casa de las artesanas

Objetivo: Aplicar la metodología de costos y precios de mi producto artesanal.

Desarrollo: La asesoría inició a las 4:00 pm con el propósito de realizar el reto 2 y 3 propuesto en la guía de costos y precios, cuyo fin es fortalecer las capacidades de las artesanas para calcular autónomamente los precios justos de sus productos. El ejercicio fue bastante interesante debido al contenido altamente práctico que implica la participación activa de todas las artesanas. La asesoría fue extensa y se logró terminar el reto 2. así que, para la siguiente sesión, las artesanas quedaron con el compromiso de culminar el reto # 3.

Material pedagógico utilizado: Guía de costos y precios

Actividad planteada para desarrollar: Al inicio de la sesión, el asesor realizó la lectura del reto # 2 y # 3. luego, les pidió a las artesanas iniciar con el ejercicio y durante dicha sesión las artesanas hicieron preguntas y aclararon dudas de la metodología.

Logros: Aplicar correctamente la metodología para el cálculo de costos y precios de sus productos artesanales.

Intervención: 8

Fecha: 07 / 09 / 2020

Nombre de la Asesoría Virtual: Se realizó revisión / asesoría grupo Hilarte - Costos y precios prototipos

Interlocutor: Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga

Alcance: 15

Formato digital en el que se envía: N/A



Foto tomada por: Aura Ortega

Descripción y lugar: Casa de las artesanas

Objetivo: Definir los costos y precios de las líneas diseñadas durante la presente vigencia.

Desarrollo: La actividad inició a las 3:30 pm con la participación de 7 artesanas del grupo. La actividad se encaminó al calculo de costos y precios de las líneas co-diseñadas durante la presente vigencia. Para realizar el calculo, las artesanas aplicaron la metodología que se trabajó en sesiones anteriores. Así mismo, previamente al desarrollo de la asesoría se les pidió contar con los precios de insumos, cantidades requeridas por cada pieza, procesos productivos adicionales y la definición del % de ganancia de sus productos.

Material pedagógico utilizado: Guías costos y precios

Actividad planteada para desarrollar: Durante el desarrollo de la asesoría, las artesanas realizaron el calculo de costos y precios de los diferentes productos co-diseñados durante la presente vigencia.

Logros: Es necesario resaltar que las artesanas mostraron un avance significativo frente a la forma como calculan los precios de sus productos; reflejando un avanzado manejo de los conceptos y las operaciones matemáticas.

Intervención: 9**Fecha: 10 / 09 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual: Costos y precios prototipos
2DA PARTE****Interlocutor: Graciela, Aura, Maura, Martha, Carmencita y Olga****Alcance: 15****Formato digital en el que se envía: N/A**

C	D	E	O	P
PROTOTIPO	DIMENSIONES	PESO EN GR	PRECIO AL PÚBLICO	PRECIO AL POR MAYOR
COJIN EN GUANGA	50 X 50	300	\$ 120.000	\$ 115.000
COJIN EN TEJIDO TELAR	50 X 50	250	\$ 85.000	\$ 80.000
BOLSO DE MANO	28 CM ANCHO	120	\$ 60.000	\$ 55.000
PASHMINA EN TELAR	2 MT X 54 CM ANCHO	670	\$ 130.000	\$ 125.000
PASHMINA EN 2 AGUJAS	2 MT X 50 CM ANCHO	500	\$ 155.000	\$ 150.000
RUANA EN 2 AGUJAS	80 X 80 CM ANCHO	600	\$ 160.000	\$ 150.000

Objetivo: Definir los costos y precios de las líneas co-diseñadas durante la presente vigencia.

Desarrollo: La actividad inició a las 3:30pm con la artesana líder del grupo, debido a que durante la sesión 8 no se culminó con los cálculos de costos y precios de los productos diseñados. Durante la sesión se continuó aplicando la metodología aprendida.

Material pedagógico utilizado: Guía de costos y precios

Actividad planteada para desarrollar: La actividad se encaminó a terminar con el cálculo de costos y precios de las referencias pashmina en telar, pashmina en 2 agujas y ruana en 2 agujas.

Logros: Las artesanas mostraron un avance significativo frente a la forma como calculan los precios de sus productos; reflejando un avanzado manejo de los conceptos y las operaciones matemáticas.

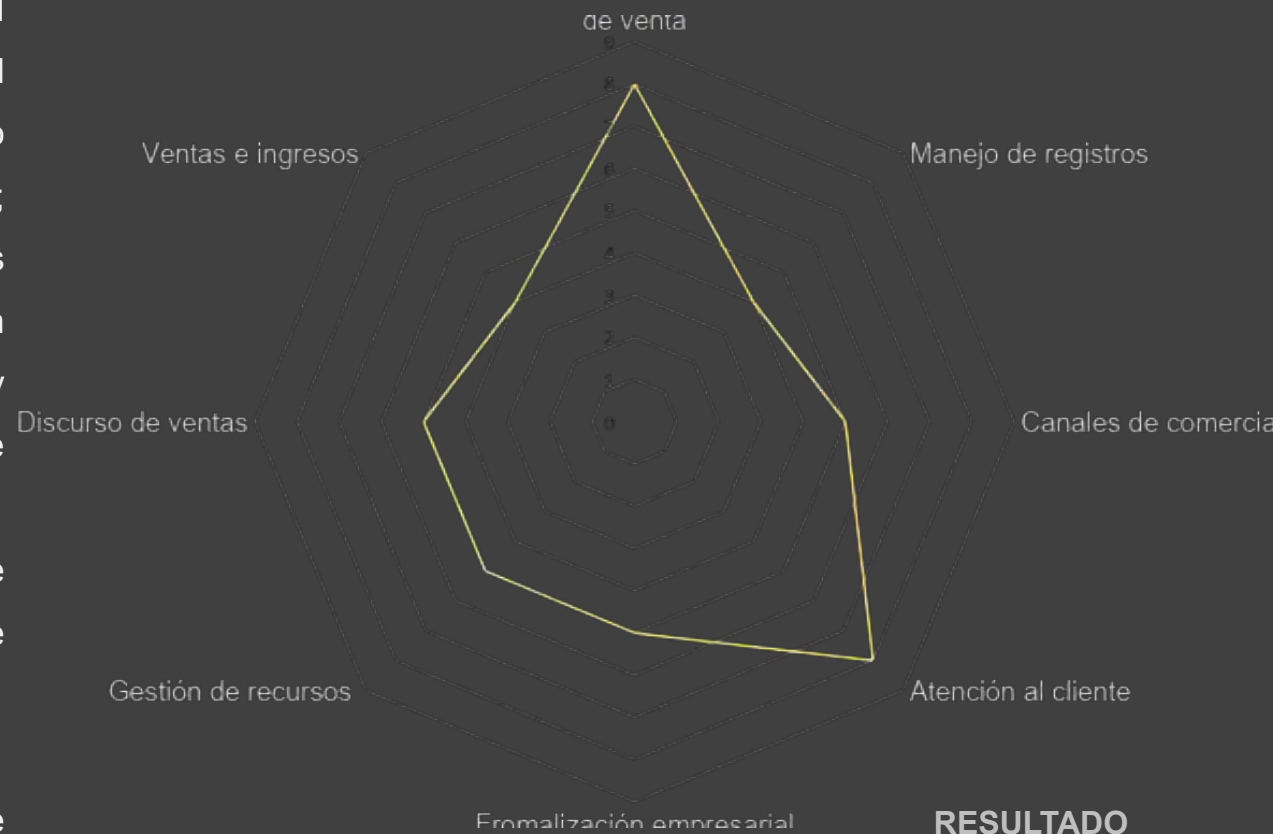
Foto tomada por: Aura Ortega

Descripción y lugar: Casa de las artesanas

BALANCE DE GRUPO:

El grupo de artesanas Hilarte cuenta con alto potencial de crecimiento en el sector moda. La mayoría de sus integrantes están comprometidas con el proceso productivo. Dentro de sus fortalezas se destaca el significativo manejo de la metodología para la definición de costos y precios de venta; adicionalmente, algunas artesanas del grupo cuentan con altas habilidades de venta y de atención al cliente. Poseen poca experiencia en participación de eventos comerciales a nivel nacional como Expoartesano y Expoartesañas. Con relación a la promoción y divulgación a través de canales digitales, el grupo se encuentra en proceso básico. Así mismo, dentro de sus debilidades se encuentran problemas de comunicación entre las artesanas y la líder del grupo. Poseen una baja dinámica de comercialización y una oferta limitada de productos.

Bajo estas consideraciones no se recomienda iniciar un proceso de formalización.

AUTO EVALUACIÓN FINAL**RESULTADO**FECHA DE
REALIZACIÓN:5,5
10

Logros a destacar:

- El grupo artesanal reconoció sus fortalezas y debilidades en términos de formalización, comercialización y emprendimiento.
- El grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.
- El grupo reconoce los 4 pasos clave para construir un discurso de ventas claro, preciso y efectivo.
- Las artesanas identifican el ciclo de venta electrónica para la comercialización de sus productos por medio de plataformas digitales.
- El grupo reconoce su estructura de costos y aplica la metodología para calcular los precios de sus productos de manera correcta y adecuada.
- El grupo identifica las ventajas y diferencias que afectan al precio del producto cuando se teje por medio de la guanga o telar horizontal.



Foto tomada por: Vianney Mavisoy

Descripción y lugar: Casa Artesana, Resguardo de males, Córdoba, Nariño



Foto tomada por: Vianney Mavisoy
Descripción y lugar: Casa Artesana, Resguardo de males, Córdoba, Nariño

Lecciones Aprendidas:

Durante la presente vigencia, las artesanas del grupo Hilarte reconocieron la importancia de profundizar en el manejo técnico de la guanga como elemento diferenciador al momento de la elaboración de la pieza artesanal. Adicionalmente, durante las sesiones de trabajo el grupo aprendió la importancia de manejar canales de comercialización y promoción digital como las redes sociales.

Así mismo, el grupo mostró un avance significativo en la forma como calculan los costos y precios de sus productos.

“PIENSA BONITO,
HABLA BONITO,
TEJE BONITO...”

Hugo Jamioy, etnia Kamëntsá

