



---

# Bitácora Comercial 2020

## KANSUY Cauca, Silvia

---

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**

**KANSUY**

Cauca, Silvia  
Línea: Indígena

Nombre del asesor: Dahian Santiago Patiño González  
2020



Departamento: Cauca  
Ciudad: Silvia



Nombre Comercial: Kansuy  
Número de artesanos:  
Asesor Comercial: Dahian Santiago Patiño González



Foto tomada por: Janeth Calambas  
Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda el tranal. Silvia, Cauca.

## 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

5,8  
10

## INFORMACIÓN BASE

¿Cuánto es el ingreso promedio (jornal y/o salario) por artesano?	\$ 500.000
¿Cuál es el valor del jornal en la zona?	\$ 25.000 - \$30.000
¿Cuánto de su ingreso promedio equivale a ingreso (\$) por actividad artesanal	\$ 200. 000
¿A qué actividades económicas se dedican en paralelo a la actividad artesanal? Las mujeres artesanas del grupo Kansuy, adicionalmente a las actividades de tizado, hilado y tejido artesanal, realizan actividades agrícolas como siembra de papa, cebolla y maíz. Algunas artesanas cuentan con cría de ovejas y cuidado de ganado	
¿El grupo artesanal se encuentra formalizado? Si ___ No X ¿Les interesa formalizarse? Si X No ___ ¿Por qué? El grupo Kansuy cuenta con una estructura organizativa solida, con distribución de roles y liderazgos. Así mismo han mejorado su dinamismo comercial a través de la participación constante en eventos comerciales importantes como Expoartesano y Expoartesañas. Además, poseen interés en abrir las redes sociales del grupo para promocionar y divulgar sus productos.	
¿Cuál es el estado actual del RUT del artesano líder, mencione la actividad económica? El RUT de Alba Jeny es del año 2019; No obstante, cuenta con la actividad económica 8299 y la obligación tributaria CÓD 49	<b>Observaciones:</b> El grupo Kansuy, cuenta con alto potencial comercial; Sin embargo, su ubicación geográfica dificulta la comunicación; poseen limitado acceso a internet y la señal telefónica es intermitente. Un aspecto clave del grupo es la participación de jóvenes artesanas.
Ventas totales año 2019: \$ 29.175.000	

### 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
- Costos y precios
- Prepárese para el futuro
- Finanzas Personales
- Comercio Electrónico

### 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)

- Definir un plan de trabajo para la promoción y activación de sus productos a través de las redes sociales.
- Continuar con el proceso de actualización del catalogo de productos.
- Identificar eventos comerciales a nivel local para su participación.
- Gestionar recursos y proyectos para el fortalecimiento de su actividad artesanal.

**Intervención:** 1**Fecha:** 07 / 05 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Socialización plan de trabajo y Autodiagnóstico Comercial**Interlocutor:** Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana**Alcance:** 26 artesanos**Formato digital en el que se envía:** infografía

Foto tomada por: Deisy Viviana

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca

**Objetivo:**

Identificar las fortalezas y debilidades del grupo comercial a través del autodiagnóstico comercial.

**Desarrollo:**

La jornada inició a las 4:30 pm a través de una llamada telefónica con la participación de 5 artesanas del grupo. Se realizó un saludo y posteriormente se presentó la actividad a realizar durante la asesoría. Por su ubicación geográfica, el grupo Kansuy posee dificultades de señal y no cuenta con internet o datos para realizar la asesoría de forma virtual. Fue un reto realizar la primera actividad, pero el resultado se cumplió satisfactoriamente.

**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 y las actividades a desarrollarse a nivel de comercialización y emprendimiento.**Logros:** A través del ejercicio de autodiagnóstico, la artesana líder del grupo reconoció los puntos fuertes y las oportunidades de mejora del grupo a nivel comercial.

**Intervención:** 2

**Fecha:** 14 / 05 / 2020

**Nombre de la Asesoría Virtual:** Actualización del catalogo de productos 2020.

**Interlocutor:** Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana

**Alcance:** 26 artesanos

**Formato digital en el que se envía:** Infografía



Foto tomada por: Ana Delfina Calambas

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca

### Objetivo:

Actualizar los precios del catalogo de productos.

**Desarrollo:** La jornada inició a las 4:30 pm a través de una llamada telefónica con 5 artesanas del grupo. Se realizó un saludo y posteriormente se compartió el catalogo de productos para realizar su respectiva actualización.

**Material pedagógico utilizado:** Infografía / Cartilla de costos y precios / Catalogo de producto 2019.

**Actividad planteada para desarrollar:** La actividad consistió en actualizar los precios del catalogo de producto. Para esto se utilizó el catalogo vigencia 2019, se recordó los 4 pasos esenciales para calcular el precio de los productos y se complementó con un ejercicio practico. Sin embargo, durante la sesión no se alcanzó a actualizar el catalogo completamente. Se dejó la tarea al grupo para terminar el proceso de actualización.

**Logros:** Actualizar los precios del catalogo de productos vigencia 2020.

**Intervención: 3**

**Fecha: 4 / 06 / 2020**

**Nombre de la Asesoría Virtual: Prepárese para el futuro**

**Interlocutor: Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana**

**Alcance: 26 Artesanos**

**Formato digital en el que se envía: Infografía**



Foto tomada por: Alba Jeny Calambas

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca

**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: 4**

**Fecha: 26 / 06 / 2020**

**Nombre de la Asesoría Virtual: Discurso de ventas**

**Interlocutor: Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana**

**Alcance: 26 Artesanos**

**Formato digital en el que se envía: Infografía**



Foto tomada por: Alba Jeny Calambas

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca

**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. 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: 5**

**Fecha: 07 / 08 / 2020**

**Nombre de la Asesoría Virtual: Discurso de ventas**

**Interlocutor: Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana**

**Alcance: 26 Artesanos**

**Formato digital en el que se envía: Infografía**



Foto tomada por: Alba Jeny Calambas

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca

**Objetivo:** Reforzar el discurso comercial del grupo artesanal.

**Desarrollo:** La actividad inició a las 5:00 pm con la participación de 5 artesanas del grupo Kansuy; inicialmente, se le pidió a cada artesana realizar la lectura de su discurso, al finalizar cada lectura se realizaba una retroalimentación del ejercicio y se daban algunos tips para mejorar cada paso clave. Además, se le pidió a las artesanas escribir el discurso y grabar nuevamente el video con los ajustes realizados durante el taller.

**Material pedagógico utilizado:** Infografía discurso de ventas.

**Actividad planteada para desarrollar:** Al inicio del taller, se realizó un recordatorio con las artesanas sobre los 4 pasos para elaborar un discurso de ventas efectivo. Luego, cada artesana debía leer el discurso de ventas y recibir la retroalimentación del ejercicio. Posteriormente se les pidió ajustar el discurso con las recomendaciones de las demás artesanas y del asesor, así como realizar la grabación del respectivo video.

**Logros:** Reconocer la importancia del discurso de ventas conciso, claro y preciso como herramienta de ventas.

**Intervención: 6****Fecha: 11 / 10 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual: Costos y precios Expoartesano****Interlocutor: Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana****Alcance: 26 Artesanos****Formato digital en el que se envía: Guía Costos y precios**

Foto tomada por: Alba Jeny Calambas

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca

**Objetivo: Definir costos y precios de producto para la participación en el evento comercial Expoartesano 2020****Desarrollo:** La actividad inició a las 5:30 pm con la participación de la artesana líder del grupo. La sesión se dividió en dos momentos; por un lado, se realizó la revisión de costos y precios del plan de producción para la participación del grupo en Expoartesano 2020 y en segunda instancia se realizó el cálculo de costos y precios de los prototipos del grupo para la colección 2020.

Es necesario resaltar que, durante el desarrollo de la actividad, se contó con la participación del diseñador del grupo y 3 artesanas con la capacidad para realizar operaciones matemáticas.

**Material pedagógico utilizado:** Guía Costos y precios**Actividad planteada para desarrollar:** Inicialmente se realizó la socialización del evento comercial de Expoartesano 2020; así mismo se presentaron las condiciones de participación y posteriormente se inició con la revisión de las referencias y los precios de cada una. Luego de finalizado el ejercicio, se inició con el costeo de los prototipos 2020 de la colección del grupo.**Logros: Definir las referencias con mayor potencial comercial para la participación en el evento y establecer los precios de los productos colección 2020**

**Intervención: 7****Fecha: 11 / 11 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual: Costos y precios  
revisión catalogo de producto****Interlocutor: Alba Jeny Calambas – Deisy Viviana****Alcance: 26 Artesanos****Formato digital en el que se envía: Guía costos y precios**

Foto tomada por: Santiago Patiño

Descripción y lugar: Registro fotográfico llamada telefónica

**Objetivo: Actualizar los precios en el catalogo de productos del grupo.**

**Desarrollo:** La actividad inició a las 5:20 pm con la participación de la artesana líder del grupo y la secretaria de la organización; el propósito de la asesoría se concentró en el proceso de actualización de referencias y precios del catalogo de productos del grupo con miras a su participación en Expoartesanías 2020. Así mismo, la asesoría se orientó a la definición de las condiciones comerciales del grupo, a través de la definición de la empresa de envío, medios de pago y el canal de comunicación más efectivo para la atención de pedidos y clientes.

**Material pedagógico utilizado: Guía de costos y precios de producto.**

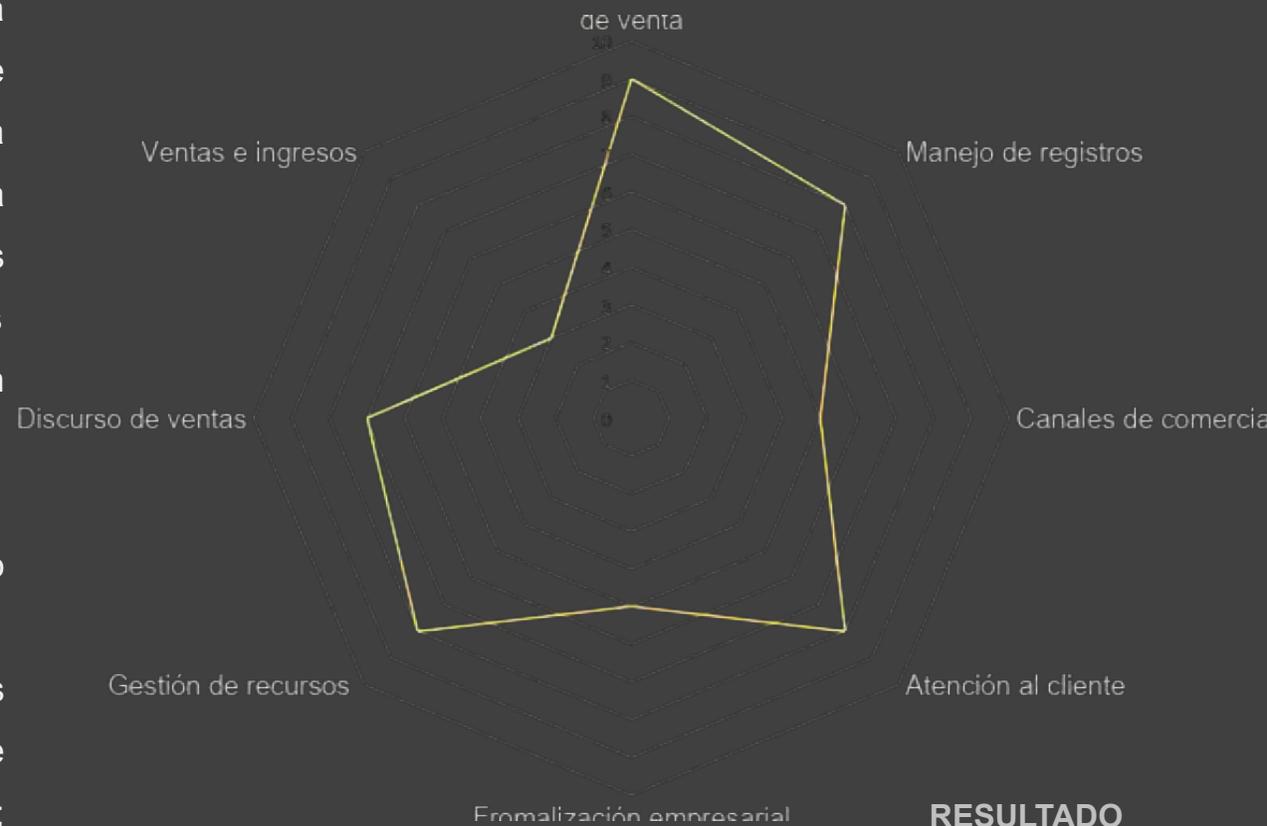
**Actividad planteada para desarrollar:** Se le pidió al grupo descargar el catalogo de productos con el propósito de identificar su portafolio de productos; posteriormente, con la metodología de costos y precios enseñada se les pidió actualizar los precios según cambios en los costos de materia prima, mano de obra, empaque y el % de ganancia.

**Logros: El grupo aplicó la metodología de costos y precios enseñada para la actualización de precios de sus productos. Así mismo, se establecieron las condiciones comerciales para la atención de pedidos**

**BALANCE DE GRUPO:**

El grupo de artesanas Kansuy cuenta con alto potencial de crecimiento a nivel organizativo, en desarrollo de producto y a nivel comercial. Dentro de sus puntos fuertes se encuentra la capacidad de las artesanas para la definición de costos y precios de sus productos; así mismo cuentan con una estructura organizativa sólida con roles definidos para el manejo de registros como el libro de ventas e ingresos. Adicionalmente la atención al cliente es un punto clave del grupo, debido a que muchas de sus artesanas cuentan con altas destrezas comerciales y de expresión oral.

Durante la presente vigencia se observa una mejora notable en su discurso de ventas. Sin embargo, hay puntos críticos que el grupo debe fortalecer. Uno de los más apremiantes está relacionado con la diversificación de sus canales de comercialización, debido a que poseen una alta dependencia de sus ventas en eventos comerciales como Expoartesano y Expoartesañas; por esto, se recomienda que el grupo debe establecer un plan de trabajo para promocionar y divulgar su propuesta de producto por medio de las redes sociales.

**AUTO EVALUACIÓN FINAL****RESULTADO**FECHA DE  
REALIZACIÓN:6,6  
10

**Logros a destacar:**

- El grupo identificó las ventajas e importancia de establecer canales de comercialización virtuales para vender sus productos durante este año.
- Las artesanas del grupo identificaron los puntos fuertes y las oportunidades de mejora a nivel comercial para la presente vigencia.
- Establecer un plan de trabajo ajustado a las necesidades del grupo en términos de comercialización y emprendimiento.
- 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 durante la presente vigencia.
- Las artesanas establecieron las condiciones comerciales mínimas para la atención de pedidos y clientes.



Foto tomada por: Janeth Liliana Calambas  
Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca



Foto tomada por: Alba Jeny Calambas

Descripción y lugar: Casa Artesana, Vereda El Tranal – Silvia, Cauca “Asesoría prepárese para el futuro”

### Lecciones Aprendidas:

Durante la presente vigencia, el reto de trabajar con el grupo Kansuy se concentró en la conectividad. Debido a su ubicación en el área rural del municipio de Silvia, Cauca las artesanas poseen altas limitaciones de conexión a internet y red telefónica.

Las asesorías se realizaron en su mayoría por medio del teléfono, sin embargo, siempre tuvieron una inmejorable disposición y actitud para aprender los contenidos preparados por el asesor. Sin embargo, una de las lecciones aprendidas durante el desarrollo de los talleres está relacionado con la capacidad del grupo para potenciar las herramientas tecnológicas como el manejo de un computador o teléfono inteligencia para su comunicación, así como la gestión y manejo de las redes sociales para promocionar y comercializar sus productos.

---

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

---

Hugo Jamioy, etnia Kamëntsá

