



Bitácora Comercial 2020

WARKHI - Bogotá D.C

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



artesanías de colombia

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

WARKHI
Bogotá D.C
Línea: Indígena

Nombre del asesor: Paula Andrea Enciso
2020



Bogotá DC.



Nombre Comercial: Warkhi
Número de artesanos: 28
Asesor Comercial: Paula Andrea Enciso



Foto tomada por: Vicky Medina
Descripción y lugar: Grupo Warkhi, Bogotá.

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

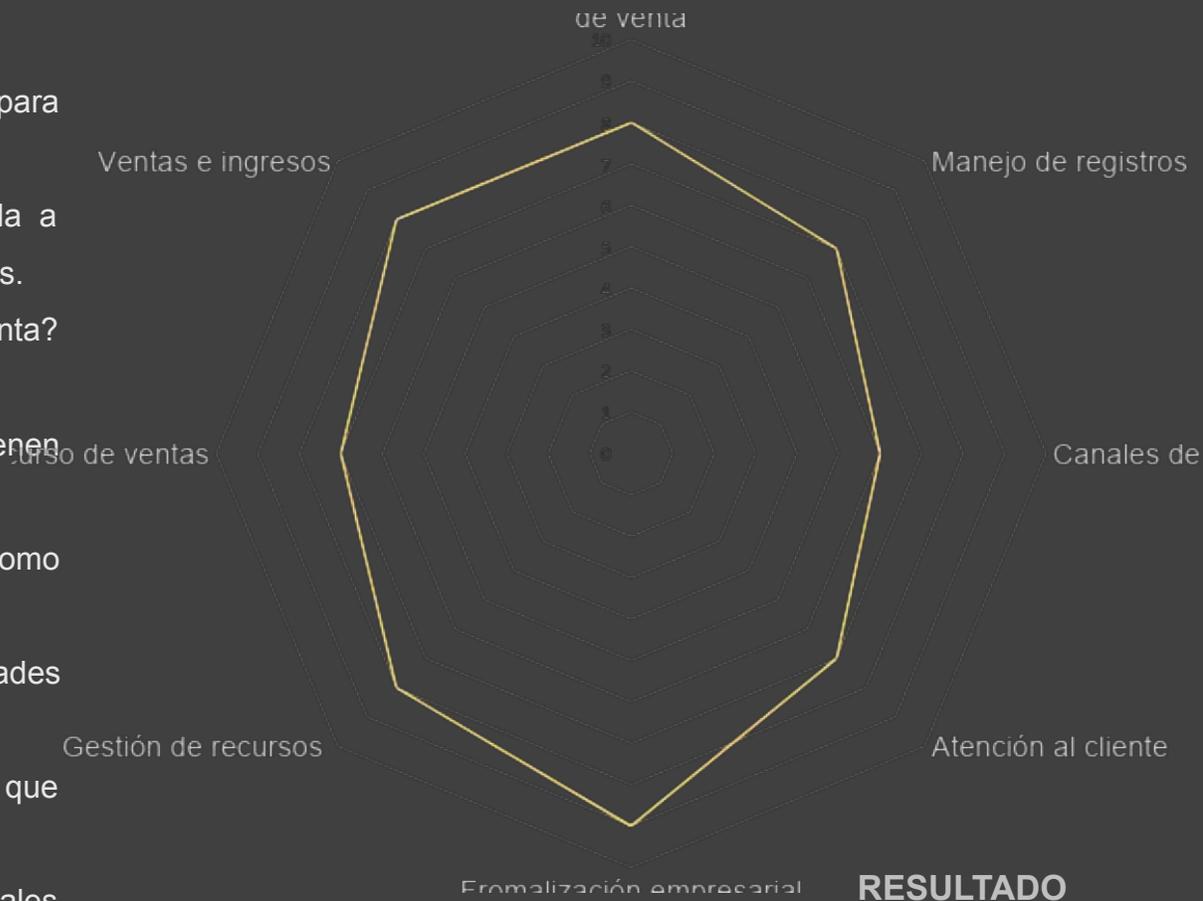
Atención al cliente: De 1 a 10 ¿Cómo es la atención con el cliente? ¿Los artesanos tienen habilidades comerciales?

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:7,5
10

| INFORMACIÓN BASE | |
|---|------------------------------|
| ¿Cuánto es el ingreso promedio (jornal y/o salario) por artesano? | \$ 400.000 |
| ¿Cuál es el valor del jornal en la zona? | \$35.000 A \$40.000 |
| ¿Cuánto de su ingreso promedio equivale a ingreso (\$) por actividad artesanal | \$400.000 |
| <p>¿A qué actividades económicas se dedican en paralelo a la actividad artesanal?</p> <p>Actividades de responsabilidad dentro del cabildo.</p> | |
| <p>¿El grupo artesanal se encuentra formalizado? Si ___ No <input checked="" type="checkbox"/> ___</p> <p>¿Les interesa formalizarse? Si <input checked="" type="checkbox"/> ___ No ___ ¿Por qué? Con las asesorías realizadas con el equipo social se recomienda fortalecer al grupo internamente para facilitar un proceso de formalización entendiendo cada una de las responsabilidades legales que implica, se aclara que con el contexto de COVID-19 el grupo aplaza el interés en formalización.</p> | |
| <p>¿Cuál es el estado actual del RUT del artesano líder, mencione la actividad económica?</p> <p>8299</p> | <p>Observaciones:</p> |
| <p>Ventas totales año 2019: \$ 74.687.450</p> | |

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 parte 1

- Autodiagnóstico comercial
- Actualización de Catalogo 2020
- Inscripción plataforma “compra lo nuestro”
- Video promocional Warkhi – aplicación secretaria de desarrollo de Paipa, Boyacá
- Prepárese para el futuro
- Introducción al vitrinismo
- Comercio electrónico
- Exhibición y montaje
- Market place
- Refuerzo comercio electrónico
- Medios de pago 1: Apps de pago

Asesorías virtuales parte 2

- Comercio electrónico
- Actualización de catálogo agosto
- Costos de producción prototipos parte 1
- Acompañamiento a construcción de discurso para video Fase 1 "Copa contando el cuento"
- Asesoría plan de producción Warkhi (revisión expoartesano y Marketplace)
- Revisión precios prototipos parte 2
- Seguimiento a negocios

ACTIVIDADES PARA SOCIALIZACIÓN Y REACTIVACIÓN**Actividades Post-Cuarentena: (para la comunidad)**

- Se plantea con el grupo la diversificación de producto por medio de las redes sociales, y la delegación de actividades y responsabilidades entre los artesanos para facilitar el manejo y rotación de producto según los pedidos, contando con la participación de los artesanos en territorio y en Bogotá.

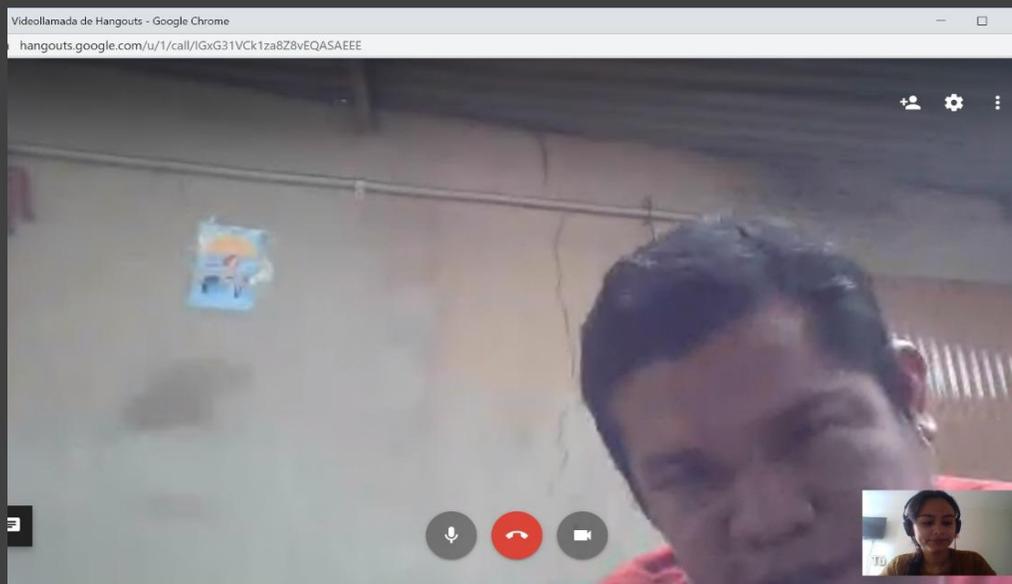
Intervención: 1**Fecha:** 29 / 04 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Autodiagnóstico comercial
Socialización plan de trabajo**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Hangouts,
Whatsapp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso
Descripción y lugar: Asesoría virtual Bogotá

Objetivo: Socializar el plan de trabajo y actividades planteadas para el grupo artesanal Warkhi

Desarrollo: Se realizó una presentación de alcance a las actividades de asesoría virtual con el grupo artesanal teniendo en cuenta el avance por la atención en el año 2019, presentando los temas a abordar, y consultando con el grupo el interés de aprendizajes puntuales dados por el potencial comercial y el nivel de avance del grupo. Igualmente, se realizaron preguntas sondeo para identificar clientes y/o pedidos que se están adelantando con la contingencia COVID- 19, terminando la actividad con la actualización de precios en el catalogo del grupo. Lo anterior se realizo con el apoyo de la identificación de las fortalezas y debilidades del grupo en comercialización.

Material pedagógico utilizado: Bitacora, Autodiagnóstico comercial y Catálogo de producto 2019

Actividad planteada para desarrollar: Se llego al compromiso con el artesano líder el comunicar las actividades que se realizaran desde el componente con el grupo artesanal y revisar medidas y precios del catalogo de producto para la actualización 2020

Logros:

- Autodiagnóstico comercial
- Actualización de Catalogo
- Actualización de Rut Arcenio Moya

Intervención: 2**Fecha:** 27 / 05 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Inscripción “compra lo nuestro”**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Hangouts, Whatsapp y llamada telefónica.

Inicio > Empresas

Warkhi Artesanías

Logo: Warkhi

Sector/Industria:
Arte y Manualidades, Instrumentos Musicales y Entretenimiento, Suministros para el Hogar, Jardín y Materiales de Construcción

Colombia
38 Empleados
Establecido en 2017

EMPRESA PROPIEDAD DE O LIDERADA POR MUJERES

Media: Ninguno

Somos un grupo artesanal perteneciente al pueblo Wounaan, provenientes del Choco; actualmente nuestro taller esta ubicado en Bogotá. Realizamos artesanías con fibra werregue, extraída de una palma de la selva Chocoana, donde plasmamos dibujos y símbolos que cuentan nuestra historia cultural, la cual compartimos con nuestros clientes por medio de la comercialización de piezas como jarrones, bandejas, centros de mesa, bisutería, entre los mas representativos.

Para ver este contenido
INICIAR SESIÓN

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Inscripción compra lo nuestro, Asesoría virtual Bogotá

Objetivo: Inscripción plataforma “compra lo nuestro”**Desarrollo:** Se presento la plataforma de “compra lo nuestro” al grupo artesanal como un canal de comercialización en el que se pueden compartir los productos artesanales y generar alianzas con clientes a modo proveedor del portafolio de producto. Para ello se creo un perfil relacionando una descripción de la trayectoria comercial, datos de contacto, imágenes de producto entre otros, con la finalidad de potencializar este canal de comercialización dados por el crecimiento de espacios virtuales como principales canales de comercio en contexto con el covid-19.

Se explico el funcionamiento al artesano artesanal y se revisara periódicamente el manejo y alianzas generadas por medio del uso del mismo.

Material pedagógico utilizado: Plataforma compra lo nuestro**Actividad planteada para desarrollar:** El líder artesanal se compromete a revisar periódicamente el perfil, los perfiles de clientes potenciales y buscar espacios para generar alianzas comerciales por medio de la plataforma.**Logros:**

- Inscripción plataforma “compra lo nuestro”

Intervención: 3**Fecha:** 05 / 06/ 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Video promocional- aplicación secretaria de desarrollo económico Paipa.**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Hangouts, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso
Descripción y lugar: Asesoría virtual Bogotá

Objetivo: Crear video promocional de grupo Warkhi para postulación a la participación en feria virtual organizada por la secretaria de desarrollo económico Paipa.

Desarrollo: Con el apoyo del componente de comunicaciones se dieron lineamientos comerciales para generar un discurso sobre la historia y trayectoria del grupo artesanal según el contexto de la aplicación del video, en este espacio se conto con la participación de artesanas y líder artesanal dando a conocer: a) trayectoria de organizacional y comercial de Warkhi, b) presentación de tipo de producto, materia prima y principales productos en stock, c) contexto el grupo frente a situación COVID-19.

Igualmente, la asesoría Vicky dio al grupo tips de

Material pedagógico utilizado: Lineamientos de Discurso de ventas

Actividad planteada para desarrollar: Fortalecer el discurso de ventas del grupo artesanal

Logros:

- Video promocional Warkhi

Intervención: 4

Fecha: 12/ 06 / 2020

Nombre de la Asesoría Virtual: Prepárese para el futuro

Interlocutor: Arcenio Moya

Alcance: 28

Formato digital en el que se envía: Videollamada Hangouts, WhatsApp y llamada telefónica.



Foto tomada por: Paula Andrea Enciso
Descripción y lugar: Asesoría virtual Bogotá

Objetivo: Socializar con el grupo artesanal herramientas para fortalecer los canales de comercialización virtuales.

Desarrollo: Se socializo al líder artesanal herramientas para responder a los desafíos del COVID-19 frente a la comercialización de los productos artesanales. Para ello se tuvo en cuenta, los principales desafíos, barreras y oportunidades que reconoce el grupo como posibilidades de mejorar en el escenario actual. El líder artesanal indico que uno de los principales desafíos ha sido la disminución de ingresos por las pocas ventas; sin embargo, rescato que gracias a las asesorías han reforzado su perfil de Instagram Warkhi artesanías como un canal de comercialización en el que ha dado a conocer los productos y ha fortalecido las habilidades de negociación con los clientes interesados.

El grupo se encuentra motivado por el uso de estas herramientas y consideran que con la cuarentena, han fortalecido la unión entre los artesanos, el interés por representar las vivencias actuales en los productos, además de las habilidades como gestores de alianzas con algunos clientes y/o fortalecimiento de las relaciones comerciales actuales.

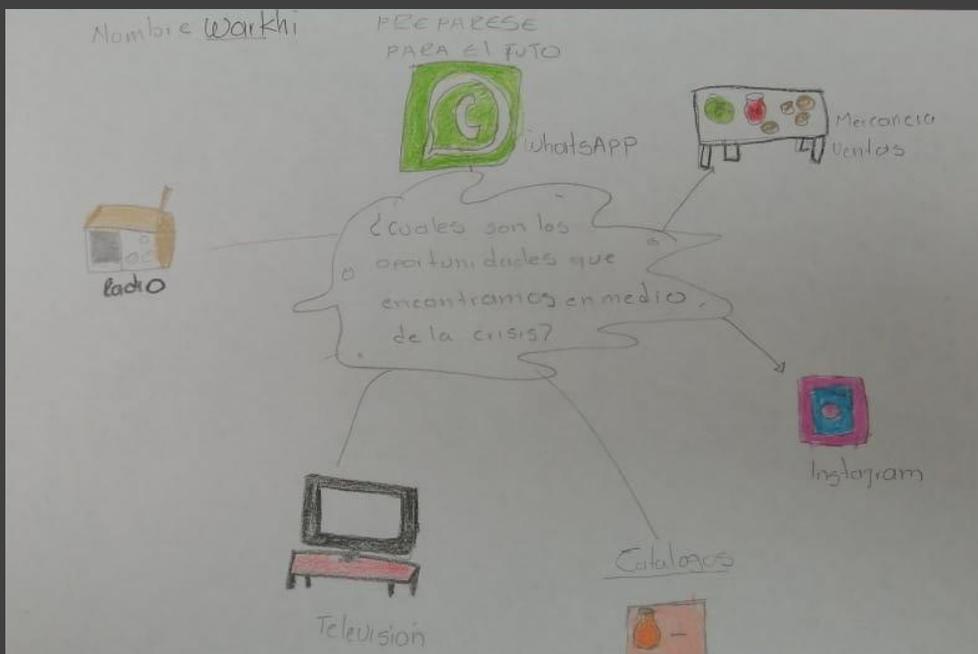
Intervención: 4**Fecha:** 12/ 06 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Prepárese para el futuro**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Hangouts, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso,
Descripción y lugar: Prepárese para el futuro Asesoría virtual Bogotá

Material pedagógico utilizado: Presentación "prepárese para el futuro"**Actividad planteada para desarrollar:** Representar en un mapa mental las oportunidades que se han dado en el contexto del Covid-19 para el grupo artesanal, y socializar con el resto de las artesanas las actividades compartidas en la asesoría virtual.**Logros:**

- El artesano gestor reconoce que el grupo artesanal ha apoyado la gestión para la búsqueda de alianzas con diferentes organizaciones y sectores en pro de mejorar las condiciones dadas por el Covid-19
- Arcenio Moya indica que ha aprendido mucho del manejo de Instagram, así como del protocolo de atención con el cliente.
- El grupo artesanal dice que están mas unidos y motivados con las asesorías virtuales.

Intervención: 5**Fecha:** 18 / 06 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Introducción al vitrinismo**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Video en MP4

Foto tomada por: Estrella Moya
Descripción y lugar: Taller grupo artesanal Warkhi

Objetivo: Introducción al vitrinismo en el panorama actual ¿Qué es y para qué nos sirve?

Desarrollo: En la primera sesión de asesoría con el grupo artesanal Warkhi, la asesora hizo una pequeña presentación de su trayectoria y del plan de trabajo a seguir en la presente vigencia, por su parte el líder Arcenio Moya también hizo un pequeño resumen de la trayectoria del grupo, paso siguiente se dio la introducción al vitrinismo en el panorama actual ¿Qué es y para qué nos sirve?, la sesión se desarrolló como una charla entre los dos participantes donde se presentó un material pedagógico que se envió vía WhatsApp para la réplica al resto del grupo y se acordó el envío de dos actividades de reflexión basados en la información entregada.

Material pedagógico utilizado:

Introducción al “Vitrinismo en la participación comercial “ video en MP4, (cartilla audio visual)

Actividad planteada para desarrollar:

Se reflexiona sobre la importancia del vitrinismo en el panorama actual y como se abordaran las vitrinas en esta contingencia , también se hace un sondeo de lo que entienden por vitrinismo los miembros del grupo

Logros: Se da la definición de lo que es el vitrinismo y para que sirve.

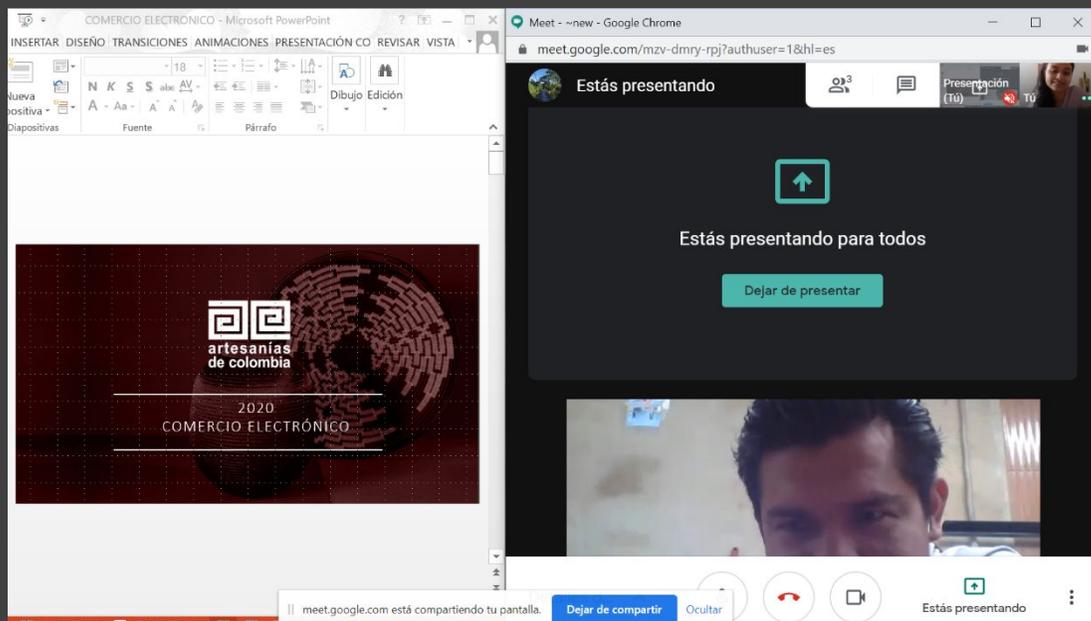
Intervención: 6**Fecha:** 10 / 07 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Comercio electrónico**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Comercio electrónico, Bogotá.

Objetivo: Socializar canales e importancia del comercio electrónico.

Desarrollo: Se compartió con el líder artesanal las principales plataformas de comercio electrónico usadas para la comercialización de productos artesanales, compartiendo los requisitos que cada una maneja, y asimismo proyectando posibles mercados para el grupo en años futuros para la venta de estos productos. Se compartió información sobre la plataforma de Aliarte, que es una pasarela comercial indicando sus ventajas y beneficios, se acordó con el grupo que les gustaría participar de esta página para promocionar los grupos.

También se compartió la plataforma Mibogotaweek que busca dar 7 espacios de ferias virtuales, y capacitación con MercadoLibre, el artesano menciona que revisara la información para realizar posible participación dado que tiene que revisar los tiempos para responder a las dos actividades.

Material pedagógico utilizado: Presentación Comercio electrónico**Actividad planteada para desarrollar:** El líder artesanal confirmara si le interesa participar de Mibogotaweek**Logros:**

- Confirmación de participación en plataforma comercial Aliarte.co

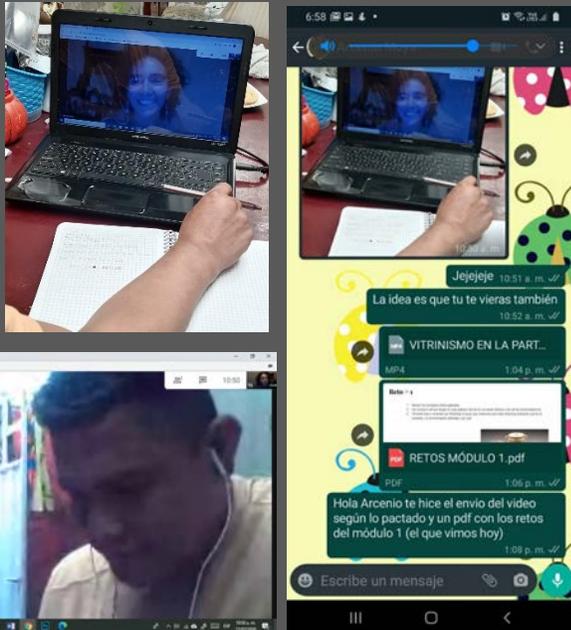
Intervención: 7**Fecha:** 17 / 07 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Conceptos y recomendaciones clave para el montaje de producto**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 40 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Video en MP4

Foto tomada por: Estrella Moya

Descripción y lugar: Taller grupo artesanal Warkhi, Bogotá

Objetivo:

Conceptos y recomendaciones clave para el montaje de producto

Desarrollo:

En la segunda sesión de asesoría con el grupo artesanal Warkhi, vemos una presentación donde se exponen unos conceptos y recomendaciones clave para el montaje de producto en todos los escenarios posibles.

Material pedagógico utilizado:

MÓDULO 1 CONCEPTOS Y RECOMENDACIONES CLAVE PARA EL MONTAJE DE PRODUCTO video en MP4, (cartilla audio visual)

Actividad planteada para desarrollar:

Se expone cada concepto y cada recomendación con retroalimentación por parte del artesano

Logros:

Se dan las definiciones y con la replica de la información a los demás artesanos se resuelven dos retos que se proponen en la 2º sesión

Intervención: 8**Fecha: 21 / 07 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual:** Se realizó actualización de catalogo de productos, lista de precios e inscripción a Market**placInterlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.**Objetivo:**

- Asesorar el grupo con la actualización de lista de precios y catalogo de productos del inventario actual
- Diligenciar los documentos para postulación Market Place

Desarrollo: Previo a la asesoría se le solicito al grupo un inventario de los diferentes productos según línea que tiene a la fecha de Julio, para poder postularlo al Market Place. Se realizo una revisión de los productos y se actualizo el catalogo de productos con el apoyo del Diseñador a cargo del grupo incluyendo fotografías de líneas de producto trabajadas en el 2019 y 2020.

Se revisaron las referencias de producto, el precio, gramaje por pieza seleccionada y el No de piezas al por mayor para la respectiva oferta.

Igualmente se levantaron documentos relacionados al grupo beneficiario y al artesano representante a este posible espacio comercial.

Se le explico al artesano que solo es una postulación y que se de esperar a los resultados para la coordinación logística.

|  WARKHI LISTA DE PRECIOS 2020 | | | | | | | | |
|--|------------|----------------------------------|----------------|--------------------|---------------------------------|-------------|----------------|---------------------------------|
| FOTO | REFERENCIA | PRODUCTO | VALOR UNITARIO | VALOR AL POR MAYOR | # PIEZAS AL POR MAYOR (ESCALAS) | DIMENSIONES | PESO POR PIEZA | CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL |
|  | Cn | CANDONGA | \$ 60.000,00 | \$ 55.000,00 | 8 PIEZAS | 8 CM | 200 gr | 300 |
|  | AOC | ARETE OVALADO COBRE CON WERREGUE | \$ 150.000,00 | \$ 135.000,00 | 8 PIEZAS | 8 CM | 350 gr | 300 |
|  | CDC | CANDONGA PEQUEÑA COBRE | \$ 50.000,00 | \$ 40.000,00 | 8 PIEZAS | 4 CM | 300 gr | 300 |
|  | AW | AROS WERREGUE | \$ 50.000,00 | \$ 40.000,00 | 8 PIEZAS | 8 CM | 200 gr | 330 |
|  | CTW | CARNAVAL TOPO WERREGUE | \$ 80.000,00 | \$ 75.000,00 | 8 PIEZAS | 8 CM | 300 gr | 300 |

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Inscripción Marketplace, Bogotá

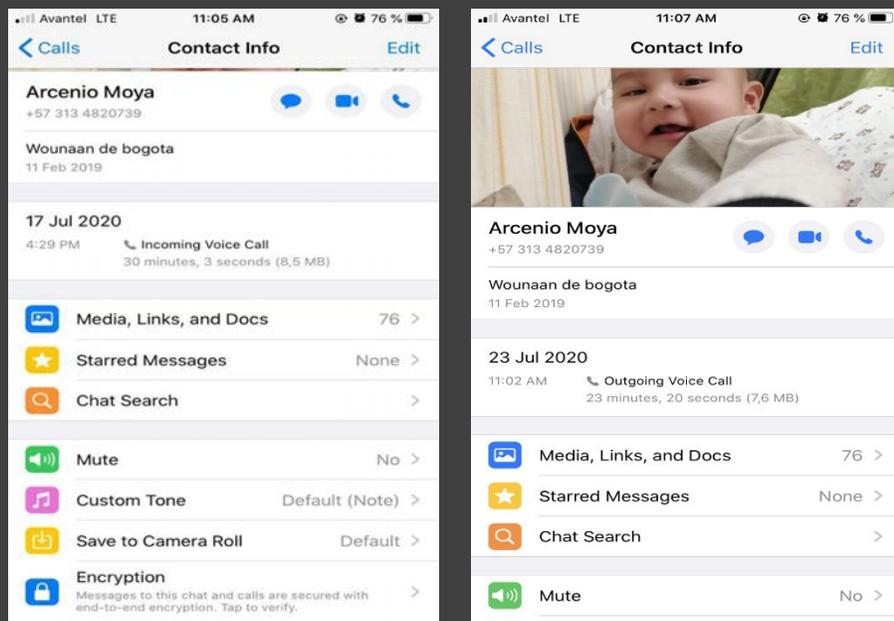
Intervención: 8**Fecha: 21 / 07 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual:** Se realizó actualización de catalogo de productos, lista de precios e inscripción a Market place**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Inscripción Marketplace, Bogotá

Material pedagógico utilizado:

- Catalogo de producto Warkhi 2020
- Lista de precios 2020

Actividad planteada para desarrollar: N/A**Logros:**

Se levantaron los siguientes documentos para la postulación de Warkhi al Market place

- Anexo 1. beneficiarios y representante comercial al Market Place
- Documentos del artesano representante (cedula, copia de rut 2020, certificado bancario 2020)
- Imagen grafica del grupo artesanal.

Intervención: 9**Fecha: 24 / 07 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual:** Refuerzo comercio electrónico**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Inscripción Marketplacé, Bogotá

Objetivo: Reforzar conocimientos de manejo de comercio electrónico.**Desarrollo:** Se realizó una revisión de las plataformas de comercio electrónico revisadas en la asesoría anterior, para ello se seleccionaron productos para postular a la plataforma de Aliarte con las fotos y los precios con el aumento del 15% que cobra la pasarela de pagos de la app.

Se reviso previamente un inventario de productos de fácil rotación y se agenda una asesoría con las personas que coordinan la plataforma para continuar con la asesoría. Igualmente, se aprovecho del espacio para realizar seguimiento a los negocios facilitados que el grupo ha tenido en los últimos 15 días, rescatando a clientes como Arte vivo, Laura Torres, Jula Arcila.

Material pedagógico utilizado: Plataforma Aliarte**Actividad planteada para desarrollar:** N/A**Logros:**

- Refuerzo conocimientos sobre iniciativas a comercio electrónico
- Selección de producto para propuesta Aliarte.com
- Seguimiento a negocios facilitados

Intervención: 10**Fecha: 10 / 08 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual:** Medios de pago 1: Apps de pago**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

C. COMERCIAL
MÓDULO COMERCIALIZACIÓN, MERCADEO Y
EMPRENDIMIENTO

MEDIOS VIRTUALES DE PAGO

¿CUÁLES SON ESOS MEDIOS VIRTUALES DE PAGO?

- Datáfono:**
Dispositivo que nos permite el cobro a clientes que desean pagar con tarjeta.
- Billeteras Virtuales Apps De Pago:**
Aplicaciones que se usan desde el celular, funcionan para hacer transacciones virtuales. Requieren conexión a datos y/o wifi.
- Botones de Pago:**
Permiten realizar compras y pagos a través de internet sin necesidad de usar tarjetas de crédito.

¿PARA QUÉ SIRVEN?

- Reducen costos y tiempos.
- Permiten tener una disponibilidad inmediata del dinero.
- Son métodos de ahorro y organización de dinero.
- Ofrecen links de cobro que se pueden compartir por whatsapp, emails y redes sociales.



ETNIAS | El progreso es de todos | Mincomercio

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso
Descripción y lugar: Medios de pago, Bogotá

Objetivo: Socializar diferentes medios de pago y plataformas con el grupo artesanal

Desarrollo: Se compartió con el grupo artesanal los diferentes medios de pago al grupo artesanal como Nequi, Daviplata, Movi, presentando cada uno de los requerimientos, ventajas y desventajas de uso de cada uno, y la procedencia de la misma app.

Igualmente se presentó las pasarelas de pago virtuales como PayU, Paypal, Pse explicando al artesano que según el mercado e ventas es necesario facilitar medios de pago a los clientes nacionales e internacionales con los que negocia el grupo artesanal independientemente a las transferencias a la cuenta bancaria del líder artesanal.

Material pedagógico utilizado: Infografía de medios de pago y botones de pago

Actividad planteada para desarrollar:

Logros:

- Presentación de apps de pago
- Presentación de botones de pago

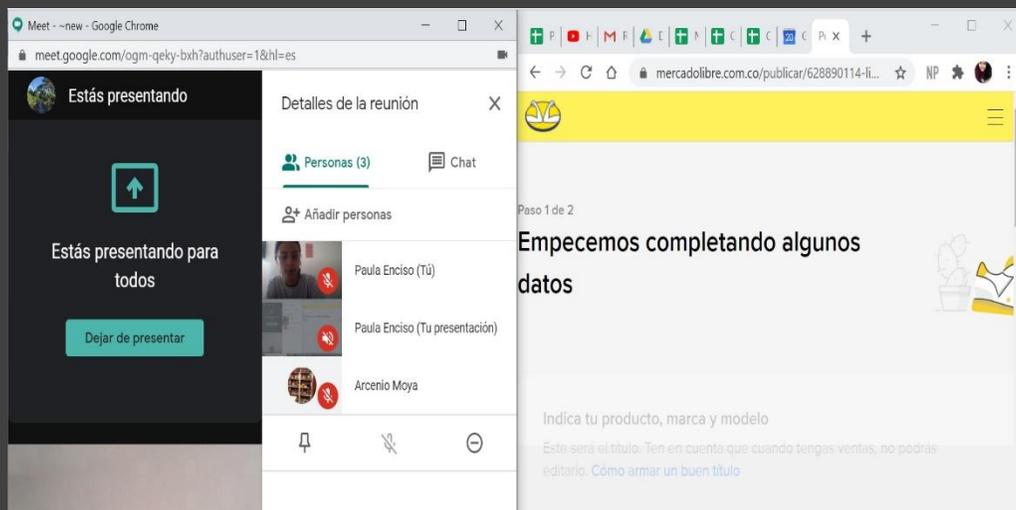
Intervención: 11**Fecha:** 20/ 08 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Comercio electrónico, Bogotá Week**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso
Descripción y lugar: Creación perfil Bogotá Week, Bogotá

Objetivo: Inscribir el grupo artesanal a la iniciativa de Mi Bogotá Week**Desarrollo:** Se diligencio el formulario de inscripción según aprobación previa de los organizadores, se creo usuario en la plataforma “Mercado Libre” acogiendo a condiciones de Mercado Pago, Mercado Envíos proponiendo la venta de accesorios elaborados en werregue para exploración comercial en esta iniciativa.

Se revisaron las condiciones comerciales, se cargaron fotos de arete carnavales naranjas, y se acordó con el artesano la revisión constante de la plataforma para responde a posibles pedidos.

Material pedagógico utilizado: N/A**Actividad planteada para desarrollar:** Actualización de referencias de producto, fotografías y precios.**Logros:** Inscripción en plataforma Mercado libre en el marco de la feria virtual Bogotá Week

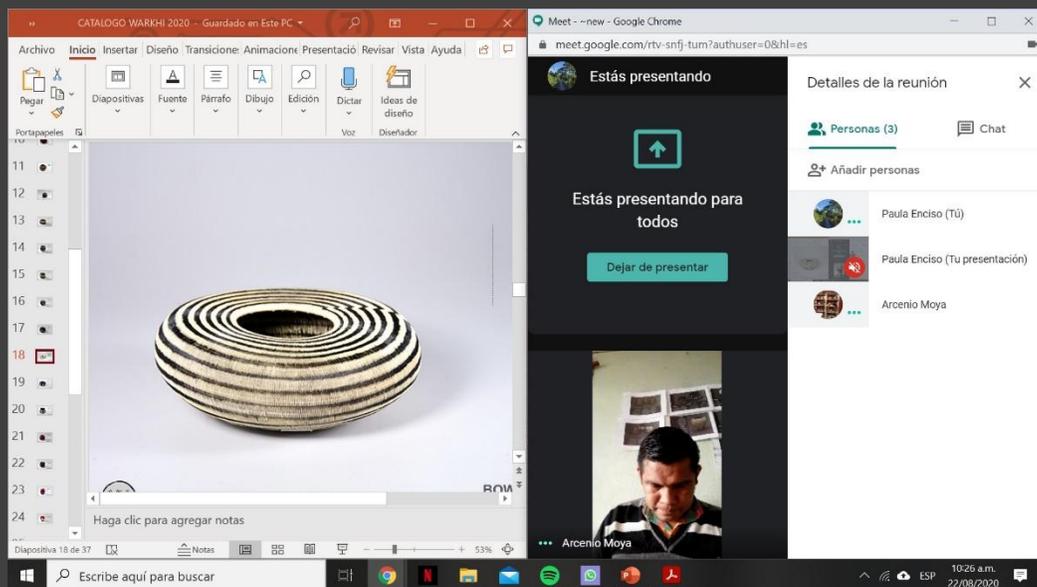
Intervención: 12**Fecha:** 22 / 08 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Actualización de catalogo y costos y precios modulo 1**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Actualización de catalogo de producto, Bogotá.

Objetivo:

- Revisar y actualizar referencias y precios en catalogo del grupo artesanal
- Socializar modulo 1 de costos y precios

Desarrollo: Se reviso con el artesano líder cada una de las referencias y precios del catalogo comercial de las vigencias 2018, 2019 y se ajustaron precios según cada una de las dimensiones de los productos y la experiencia comercial dada por la acogida en el mercado.

Finalizando se incluyeron los acuerdos comerciales del grupo artesanal, indicando las unidades al por mayor, los medios de pago que recibe el grupo y las principales empresas que utilizan para envío de los productos.

Material pedagógico utilizado: Catalogo de producto

Actividad planteada para desarrollar: Incluir fotografías de producto y compartir catalogo final 2020 con el grupo artesanal

Continuar con la asesoría de costos y precios.

Logros: Actualización de catalogo de producto y presentación primer modulo de costos y precios

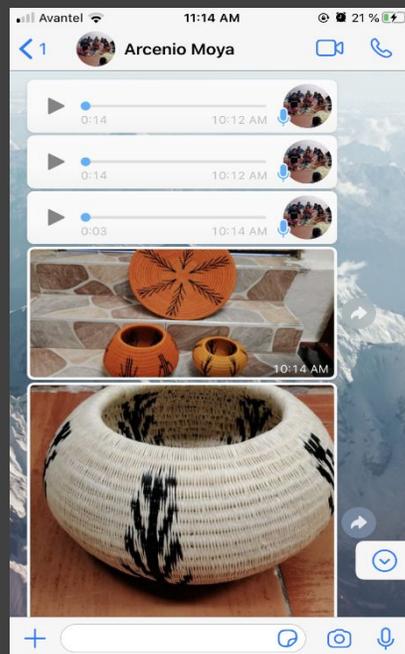
Intervención: 13**Fecha:** 10 / 09 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Costos de producción prototipos parte 1**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso
Descripción y lugar: Costos de producción prototipos parte 1, Bogotá

Objetivo: Seguimiento a pedido y verificación inicial de costos de producción de prototipos

Desarrollo: En la asesoría con el artesano se revisaron las fotos iniciales de los productos de prototipos identificando la variación en tamaños con diseños similares tomando decisiones de agrupar los que no tengan tanta variación en tamaño en cm para agruparlos en precios competitivos en el mercado, se le solicito al artesano la información de tiempo de elaboración y costos de materia prima indicando que por el COVID19 ha sido mas costoso el envío de werregue a Bogotá para el proceso de tejido. Se realizo una aproximación a precios teniendo en cuenta las variaciones, y se espera la validación final con el grupo.

Ejemplo: Bandejas 40 cm \$430,000 COP

Igualmente se verifico en conjunto con el asesor comercial Santiago Patiño el seguimiento a un pedido de 8 millones con bandejas de 4 referencias para la compra de ADC, verificando plan de producción y fechas estimadas de entrega para cumplimiento con el peido y demas acuerdos comerciales del grupo artesanal.

Material pedagógico utilizado: N/A

Actividad planteada para desarrollar: Revisión y ajustes de precios de prototipos

Logros:

- Revisión de tamaños y nuevos diseños proyección inicial de productos
- Seguimiento a pedido con ADC (bandejas), capacidad de producción y acuerdos comerciales.

Intervención: 14**Fecha:** 15 / 09 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Acompañamiento a construcción de discurso para video Fase 1 "Copa contando el cuento"**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Acompañamiento a construcción de discurso para video Fase 1 "Copa contando el cuento", Bogotá.

Objetivo: Acompañar la postulación del grupo artesanal en la 1ra fase de la Copa Cotando el cuento**Desarrollo:** Se acompañó al grupo artesanal en la construcción del video para la 1ra fase del concurso teniendo en cuenta una descripción sobre ¿Quién es la marca artesanal?, ¿Cuál es el proceso de elaboración de los productos, descripción de material prima?, ¿Cuál es la trayectoria comercial del grupo?, ¿Cuáles han sido los principales espacios comerciales en los que han participado?, este acompañamiento se realizó en conjunto con la asesoría del equipo de comunicaciones a cargo de Victoria.**Material pedagógico utilizado:** Infografía con lineamientos del concurso**Actividad planteada para desarrollar:** postulación del grupo Warkhi a la copa "Contando el cuento"**Logros:** Video final Warkhi contando el cuento fase 1

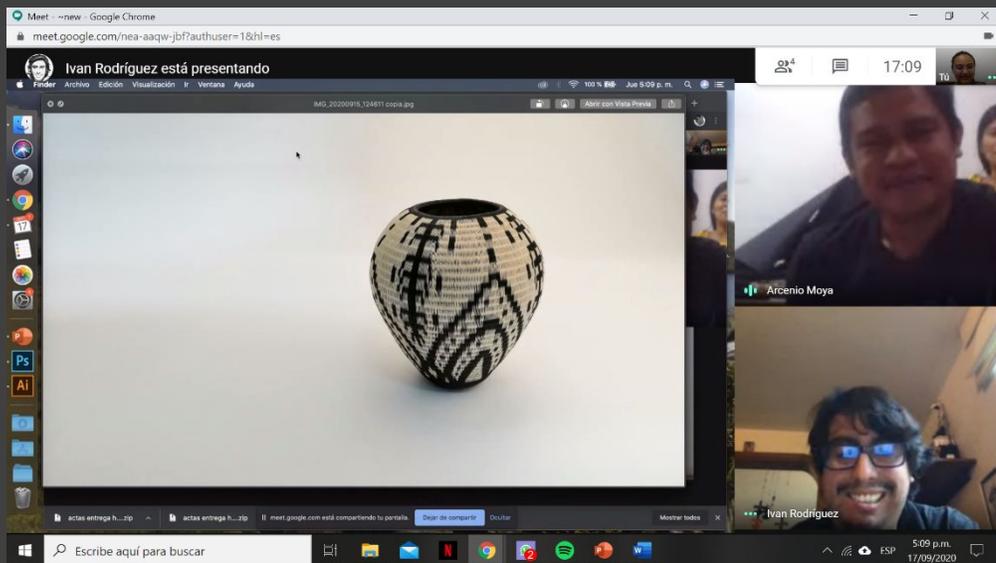
Intervención: 15**Fecha:** 17 / 09 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Asesoría plan de producción Warkhi (revisión expoartesano y Marketplace)**Interlocutor:** Arcenio Moya**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: plan de producción Warkhi (revisión expoartesano y Marketplace), Bogotá

Objetivo: Seguimiento y revisión de plan de producción de Marketplace y Expoartesano**Desarrollo:** Se realizó el seguimiento a producción con el asesor de diseño Ivan Rodríguez verificando los productos ya elaborados según el plan de producción propuesto inicialmente para los dos espacios comerciales, el artesano Arcenio manifestó que estaba demorado con algunos productos y se realizaron ajustes en el plan de producción en algunas de las cantidades y se incluyeron productos en stock para la feria de expoartesano para facilitar el cumplimiento en tiempos para el envío de producto y la logística que se requiere para el desarrollo de las ferias virtuales teniendo en cuenta los pedidos que tienen el grupo por diferentes fuentes de difusión y su actual capacidad productiva.**Material pedagógico utilizado:** N/A**Actividad planteada para desarrollar:** N/A**Logros:** Ajuste a plan de producción Expoartesano

Intervención: 16**Fecha:** 22 / 09 / 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Revisión precios prototipos parte 2**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

The screenshot shows a Google Meet interface. On the left, a Google Sheet titled 'Plan de producción étnica Expoartesano 2.0' is shared. The sheet has a table with the following data:

| # DE REFERENCIA | NOMBRE DE PRODUCTO | FOTOGRAFÍA | # PIEZAS AL POR MAYOR (ESCALAS) | ESPECIFICACIONES DE COLOR |
|-----------------|------------------------------|------------|---------------------------------|---------------------------|
| 7 | BANDEJA PALMA DE WERREGUE | | 6 PIEZAS | COMO LA FOTO |
| 8 | Bandeja NACIDERA | | 6 PIEZAS | COMO LA FOTO |
| 9 | JARRON NACIDERA en Juego x 3 | | 2 JUEGOS | COMO LA FOTO |

On the right, a presentation slide is displayed with the text 'Estás presentando para todos' and a 'Dejar de presentar' button. Below the slide, a video feed shows a participant with a microphone icon and a language selection dropdown set to 'Español (Colombia) Teclado Latinoamérica'. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 8:46 am on 10/09/2020.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Revisión precios prototipos parte 2, Bogotá.

Objetivo: Asesorar al grupo artesanal sobre la validación de los precios para los prototipos y la orden de compra.**Desarrollo:** Con previa identificación de los diseños 2020 se asesoró al grupo artesanal en el costeo y fijación de los precios teniendo en cuenta las nuevas dimensiones y co-diseños 2020, este proceso tuvo presente las dificultades para el presente año en la adquisición de la materia prima verregue desde territorio a la ciudad de Bogotá, consecuencia del aumento de algunos precios.

Con esta actividad se socializo a los artesanos la lista de precios 2020 y se compartió la información relacionada al acuerdo de precios para futuras compras de las tiendas de ADC, así como se ajusto la cotización de los productos identificados previamente por el equipo de diseño para la compra de la colección de algunos prototipos y/o referentes.

Material pedagógico utilizado: Guía de costos y precios.**Actividad planteada para desarrollar:** N/A**Logros:**

- Acuerdo de precios para los diseños de 2020 inspirados en el agua bendita y la nacidera del werregue, entre otros.
- Ajuste de precios según cada una de las líneas de producto y las dimensiones.

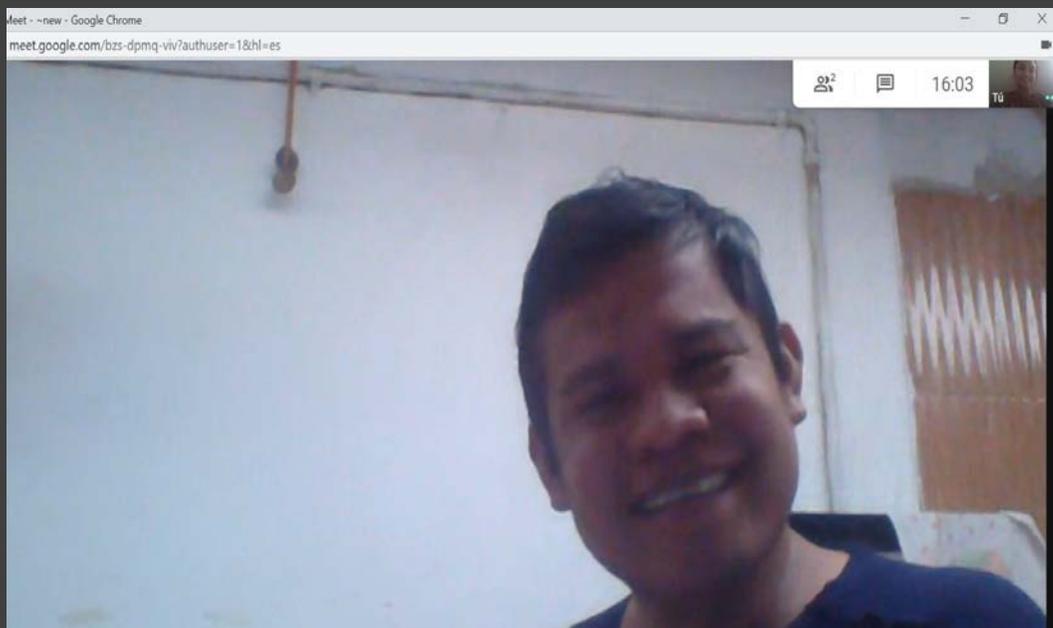
Intervención: 17**Fecha: 01 / 10 / 2020****Nombre de la Asesoría Virtual:** Seguimiento a negocios**Alcance:** 28 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Videollamada Meet, WhatsApp y llamada telefónica.

Foto tomada por: Paula Andrea Enciso

Descripción y lugar: Seguimiento a negocios, Bogotá.

Objetivo: Identificar los principales negocios cerrados en el mes por el grupo artesanal.**Desarrollo:** Se realizó un seguimiento a los negocios facilitados y cerrados del grupo artesanal, acompañando la verificación de las propuestas de cotizaciones y/o los procesos de negociación con algunos clientes en Bogotá, se le explica al artesano la importancia de registrar los negocios en un libro y/o cuaderno que les permita evaluar el crecimiento comercial cada mes, trimestre, semestre o año, así mismo se le recuerda que se debe atender al cliente con el uso de un protocolo especialmente para este grupo que recibe la mayoría de solicitudes por los canales de redes sociales y/o correo electrónico.

Con este ejercicio reportan \$8.400.000 COP de cierre del mes de Septiembre por la venta de varias bandejas de 40 cm y se inicia el mes de octubre con un reporte por \$345.000 COP entre accesorios, la mayoría de los clientes a los que este grupo ofrece los productos son a nivel regional, nacional e internacional.

Material pedagógico utilizado: Negocios facilitados. Excel.**Actividad planteada para desarrollar:** Registrar y socializar las ventas mensuales con el grupo artesanal.**Logros:** Actualización de negocios facilitados del grupo artesanal.

BALANCE DE GRUPO: Se evidencia un fortalecimiento del grupo de la atención y comercialización de los productos, resultados de diversificación de producto, igualmente los artesanos han mejorado su discurso comercial y herramientas para la facilitación de negocios a nivel nacional e internacional, registrando mas de 30 millones en negocios facilitados en el presente año. Igualmente el grupo ha participado de espacios que les han permitido visibilizar sus productos como entrevistas, academia. Se rescata el avance en el manejo de Instagram como canal de comercialización, el cual ha tenido gran acogida entre los clientes, y la fidelización de nuevos.

Logros a destacar:

- Fortalecimiento de habilidades comerciales del artesano líder y otras artesanas.
- Diversificación de producto por el canal comercial de Instagram @Warkhiartesanas.
- Participación en espacios comerciales virtuales

Lecciones aprendidas:

Reconocimiento de los artesanos por la identificación y delegación de roles que faciliten la comercialización de productos.

AUTO EVALUACIÓN FINAL



RESULTADO

7,9
10

FECHA DE
REALIZACIÓN: 22
NOVIEMRBE 2020

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

Hugo Jamioy, etnia Kamëntsá

