



Bitácora Comercial 2020

NARAKAJMANTA Magdalena/ Santa Marta

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

NARAKAJMANTA

Magdalena/ Santa Marta

Línea: Indígena

Nombre del asesor: Camila Abreu
2020



Magdalena
Santa Marta



Nombre Comercial: NARAKAJMANTA
Número de artesanos: 17
Asesor Comercial: Camila Abreu



Foto tomada por: Ester Mendoza
Descripción y lugar: Resguardo Narakajmanta /Magdalena

DESCRIPCIÓN GENERAL

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: 02/07/2020

5,4
10

| INFORMACIÓN BASE | |
|--|----------------|
| ¿Cuánto es el ingreso promedio (jornal y/o salario) por artesano? | \$35.000 |
| ¿Cuál es el valor del jornal en la zona? | \$35.000 |
| ¿Cuánto de su ingreso promedio equivale a ingreso (\$) por actividad artesanal | \$1.050.000 |
| ¿A qué actividades económicas se dedican en paralelo a la actividad artesanal? | |
| <p>¿El grupo artesanal se encuentra formalizado? Si_x__ No___</p> <p>¿Les interesa formalizarse? Si_x__ No___ ¿Por qué?</p> <p>Están formalizadas como asociación.</p> | |
| <p>¿Cuál es el estado actual del RUT del artesano líder, mencione la actividad económica?</p> <p>8299, no responsable de IVA</p> <p>Ventas totales año 2019: \$ 19.000.000</p> | Observaciones: |
| | |

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
- Actualización de Catálogo
- Rotación de inventario

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

-PARTICIPACIÓN EN FERIAS VIRTUALES

- Expoartesano 2020
- Expoartesánías 2020
- Compra etnias 2020.

Intervención: 1**Fecha:** 02 / 07 / 20**Nombre de la Asesoría Virtual:** Autodiagnóstico**Interlocutor:** Esther Mendoza**Alcance:** 16**Formato digital en el que se envía:** JPG

Foto tomada por: Esther Mendoza

Descripción y lugar: Santa Marta , autodiagnóstico comercial.

Objetivo: Auto evaluación por parte del grupo artesanal de su estado actual en cuanto criterios identificados por el componente comercial.

Desarrollo: Al ser la primera asesoría, se hizo una pequeña presentación por parte de la asesora y la líder del grupo , se continuo con un cuestionario sobre el estado actual del grupo en cuanto a habilidades comerciales , en cada punto la artesana brinda un contexto para entender el porque de cada calificación , se finaliza la actividad con el envío del material pedagógico en JPG y PDF para la respectiva replica de este por parte de la primera receptora.

Material pedagógico utilizado: Cuestionario de habilidades comerciales del grupo , resultado plasmado en diagrama formulado.

Actividad planteada para desarrollar: Auto evaluación respondiendo a preguntas y criterios claves planteados por el componente comercial.

Logros: Reconocimiento por parte de los integrantes del grupo de las fortalezas y debilidades de todos sus miembros en cuanto a cada uno de los puntos planteados.

Intervención: 2**Fecha:** 21 / 08/ 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Costos y precios “costo de producción.**Interlocutor:** Esther Mendoza**Alcance:** 16 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Cartilla de “Costos y precios”, modulo 1

Foto tomada por: Camila Abreu

Descripción y lugar: Llamada a celular para asesoría virtual

Objetivo: Elaborar la lista de precios de la comunidad a través de la metodología de costos unitarios estándar.**Desarrollo:** Comenzamos charlando con las artesanas de como ellas hacen el costeo de sus productos y vemos que están muy acertados mas necesitan el refuerzo para estandarizar y generar listados de precios e inventarios. La sesión trata el tema de costos de producción y se hacen ejercicios tal y como vemos en uno de los soportes.**Material pedagógico utilizado:**

- Cartilla “Costos y precios” Costos de producción
- Infografía costos de producción
- PODCAST Costos_producción 1

Actividad planteada para desarrollar:

- Lista de precios/ costos de producción

Logros:

Se comienza el listado de precios, con compromiso de entrega de costos de producción de los productos levantados para el inventario.

Intervención: 3**Fecha:** 22 / 09/ 2020**Interlocutor:** Esther Mendoza**Alcance:** 16 artesanos



| | | | | | | | | |
|----------------------|---|-------------------------|------------|--------|----------------|----------|---------------------|------------|
| Mochilas sin diseños |  | 21 DE BASE X 24 DE ALTO | 120 gramos | PROPIA | ALGODÓN BLANCO | TEJEDURA | TEJEDURA EN ALGODÓN | \$ 110.000 |
| Mochilas sin diseños |  | 11 DE BASE X 30 DE ALTO | 100 gramos | PROPIA | ALGODÓN BLANCO | TEJEDURA | TEJEDURA EN ALGODÓN | \$ 90.000 |
| Mochilas sin diseños |  | 14 DE BASE X 17 DE ALTO | 75 gramos | PROPIA | ALGODÓN BLANCO | TEJEDURA | TEJEDURA EN ALGODÓN | \$ 78.000 |
| Mochilas sin diseños |  | 13 DE BASE X 15 DE ALTO | 75 gramos | PROPIA | ALGODÓN BLANCO | TEJEDURA | TEJEDURA EN ALGODÓN | \$ 48.000 |



Foto tomada por: Camila Abreu

Descripción y lugar: Llamada a celular para asesoría virtual

ACTIVIDAD RELACIONADA AL COMPONENTE APOYO A VITRINAS COMERCIALES VIRTUALES

Objetivo.

Envió de producción a Bogotá para ferias.

Desarrollo:

El grupo hace inventario de envió de 80 mochilas 20 unidades de 4 referencias.

Actividad planteada para desarrollar:

- Coordinación de envió para

Logros:

Se comienza el listado de precios, con compromiso de entrega de costos de producción de los productos levantados para el inventario.

Intervención: 4**Fecha:** 19 / 10/ 2020**Nombre de la Asesoría Virtual:** Costos y precios “costo de producción, margen de ganancia y precio de venta.**Interlocutor:** Esther Mendoza**Alcance:** 16 artesanos**Formato digital en el que se envía:** Cartilla de “Costos y precios”, modulo 1

Narakajmanta Lunes 19/10/2020

Capacitación de costos de producción

| Producto | Tiempo de elaboración | Materia prima | C. l. fabricación | Margen de ganancia |
|----------|-----------------------|---------------------|-------------------|--------------------|
| 23x27 | 44 horas | 6 mediana x 3000 | 3.620 | 20% |
| | x 3.125 | x 18.000 | + 3.620 | 308/ = 198.900 |
| | = 137.500 | = 18.000 | | |
| 21x24 | 36 horas x 375 | 5 mediana | + 3.620 | ± 0.87 |
| | = 13.500 | = 15.000 | + 3.620 | ± 0.87 = 163.900 |
| 17x20 | 24 h x 375 | 4 m x 3000 | + 3.620 = 9.445 | ± 0.8 = 113.275 |
| | = 9.000 | = 12.000 | | |
| 14x17 | 75 h x 375 | 3 m x 3000 | + 3.620 = 9.445 | ± 0.8 = 14.368.75 |
| | = 28.125 | = 9.000 | | |
| 12x15 | 70 h x 375 | 2 m x 3000 | + 3.620 = 40.370 | ± 57.087.5 |
| | = 26.250 | = 6.000 | | |

Foto tomada por: Pantallazo llamada Camila Abreu / Foto de Esther Mendoza
Descripción y lugar: Llamada a celular para asesoría virtual/ de ejercicio de costeo

Objetivo:

Elaborar la lista de precios de la comunidad a través de la metodología de costos unitarios estándar.

Desarrollo:

Se revisan conceptos vistos la sesión anterior y se explica los conceptos de margen de ganancia y precio de venta , se revisan los costos de producción y se hace costeo total de 5 productos.

Material pedagógico utilizado:

- Cartilla “Costos y precios” Costos de producción
- Infografía costos de producción
- Cartilla “Costos y precios” Margen de ganancia y precio de venta.

Actividad planteada para desarrollar:

- Costeo de productos

Logros:

Se realiza ejercicio de costeo de 5 productos.

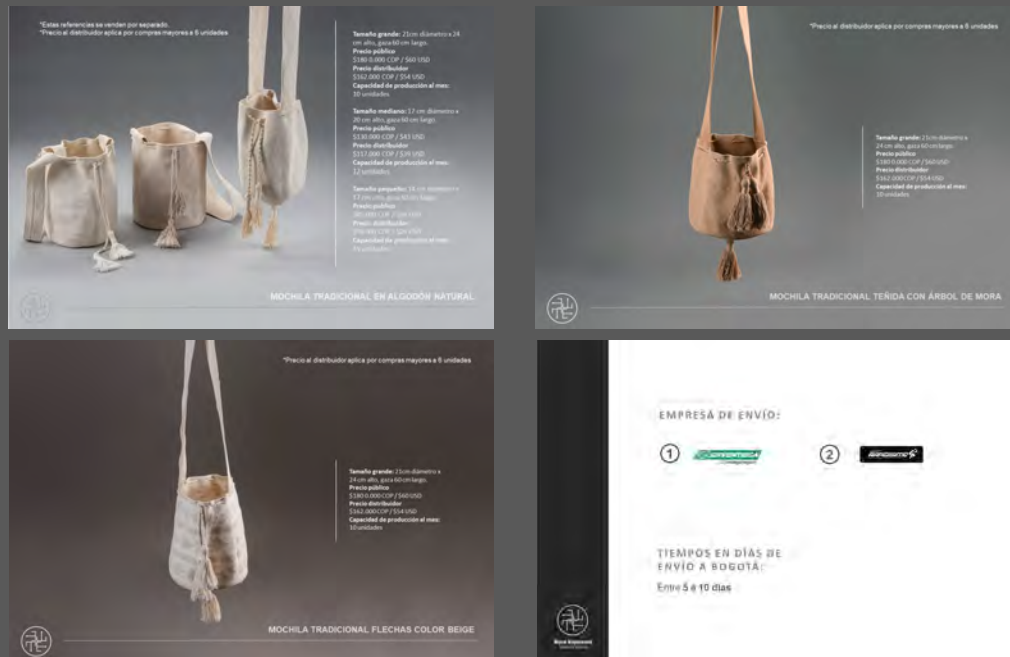
Intervención: 5**Fecha: 16 / 12/ 2020****Nombre de la Asesoría Virtual:** Revisión catálogo de producto / actualización precios de producto**Interlocutor:** Esther Mendoza**Alcance: 33****Formato digital en el que se envía: N/A**

Foto tomada por: Pantallazo Camila Abreu
Descripción y lugar: Catálogo, Grupo Narakajmanta

Objetivo:

- Revisión final de precios y referencias del catálogo de producto.

Desarrollo:

- De la mano de los líderes de cada grupo hacemos revisión de cada uno de los productos escogidos para el catálogo.

Actividad planteada para desarrollar:

- A través de llamadas telefónicas y por mensajes en WhatsApp hacemos los ajustes finales en estandarización y revisión de precios en los catálogos de cada grupo.

Logros:

- Se hará entrega a cada grupo del material construido en esta vigencia para que lo apropien y se convierta en una gran herramienta para la comercialización de sus productos.

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: 13/12/2020

8,3
10

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

Hugo Jamioy, etnia Kamëntsá

