



Convenio Interadministrativo No. 263 de 2017 suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A.

“Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para los Pueblos Indígenas de Colombia”

Documento Diagnóstico diferencial de MUTECYPA – Mujeres tejedoras de cultura y pensamiento andino. Resguardo de Males, etnia Los Pastos, Córdoba - Nariño

Alejandra Cárdenas Amaya

Asesora

Claudia Ramírez

Técnico

Octubre 2017

Proceso económico: MUTEYCYP – Mujeres tejedoras de cultura y pensamiento andino - Resguardo de Males

Municipio: Córdoba, Nariño

Etnia(s): Pastos

Oficio: Tejeduría

1. CONTEXTO

1.1 Información General de la zona y la etnia



Tomado de https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d8/Colombia_-_Nari%C3%B1o_-_C%C3%B3rdoba.svg/250px-Colombia_-_Nari%C3%B1o_-_C%C3%B3rdoba.svg.png

El Resguardo de Males se encuentra ubicado en el departamento de Nariño en el sector Occidental del Municipio de Córdoba. Este limita con los municipios de Puerres, Potosí e Ipiales y su cabecera municipal está a 90 kilómetros de Pasto. Ubicado a 2.800 metros sobre el nivel del mar, el resguardo Males está influenciado por una zona montañosa cercana a la línea ecuatorial con una temperatura media de 12 °C.

La geología de la zona permite que la economía sea de tipo agrario, siendo sus principales productos: maíz, papa, frijol, haba, zanahoria, cebolla, ajo, arveja, trigo y cebada. En su mayoría, los cultivos se basan en sistemas tradicionales, como el arado con tracción animal o con labor manual en todo el proceso, desde la siembra

hasta la cosecha. Los excedentes de la producción agrícola abastecen el mercado de Ipiales, Pasto y el interior del país.

Para llegar a Córdoba, el acceso es por vía terrestre desde el sur de la ciudad de Pasto en dirección hacia Ipiales. Tras un trayecto de aproximadamente dos horas se encuentra la entrada al municipio de Córdoba, después del municipio de Puerres.

Córdoba según estadísticas del DANE del 2006 cuenta con una población de 2.102 habitantes en la cabecera municipal y 11.361 en la zona rural para un total de 13.463 personas. El Municipio dispone de un Centro Hospital y en la actualidad cuenta con seis Instituciones con sus Centros Educativos respectivamente. Tiene servicio de acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, telefonía, telegrafía y correo nacional. Para la difusión cultural dispone de una Biblioteca y algunos Escenarios Deportivos. La población fue fundada por Raimundo Chapuel de los Reyes en 1632, esta hizo parte de Puerres con el nombre de Males hasta la creación del municipio con el nombre de Córdoba por ordenanza No 38 de ese año.

Por su parte el Resguardo de Males perteneciente a la familia Pasto-Quillasinga y cuenta con aproximadamente 17.000 indígenas. Su organización como resguardo cuenta con las figuras de gobernador, secretario y tesorero y hace parte la organización indígena AICO.

1.2 Información General de la Comunidad

| Etnia | Comunidad, Resguardo o Asociación | Departamento /Municipio | Oficio/técnica /Productos | No. Beneficiarios |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--|-------------------|
| Pasto | Resguardo de Males | Córdoba, Nariño | Tejeduría | 23 |
| Contacto | Rol | Teléfonos | Correo | Observaciones |
| Claudia Ramírez | Técnico | 3104338510 | marlenyrami15@gmail.com | |
| Arlez Benancio Culchac | Gobernador | 3137391594 | | |
| Alonso Cuarán | Regidor Primero | 3207601817 | | |
| Nidia Imbacuan | Artesana | 3116183525 | | |

Históricamente, los Pastos fueron de naturaleza pacífica y como consecuencia sus armas se limitaron a hachas de piedra, palos en forma de callado y alguna vez lanzas. Probablemente esto explica el fácil sometimiento del que fueron objeto por parte de los españoles cuando estos llegaron por primera vez a su territorio en 1536.

Los Pastos son una comunidad indígena con usos y costumbres que se sostienen en un entendimiento del mundo de los seres humanos como parte del mundo de arriba y de abajo, regido por la Pacha Mama. Esta figura dual del mundo es un rasgo distintivo del mundo andino y recorre todos los Andes del continente. Como lo señala Saade (2012), la dualidad del territorio está también figurada en la simbología del *churo cósmico* (doble espiral), el cual sintetiza:

...un complejo sistema de cultivos e intercambios, catalogado como microverticalidad andina, para asegurar su soberanía alimentaria desde el cultivo de papa hasta el plátano; y por otro lado dialogar (...) a través de recorridos chamánicos, tratos comerciales, intercambio de alimentos y medicinas con los pueblos vecinos.

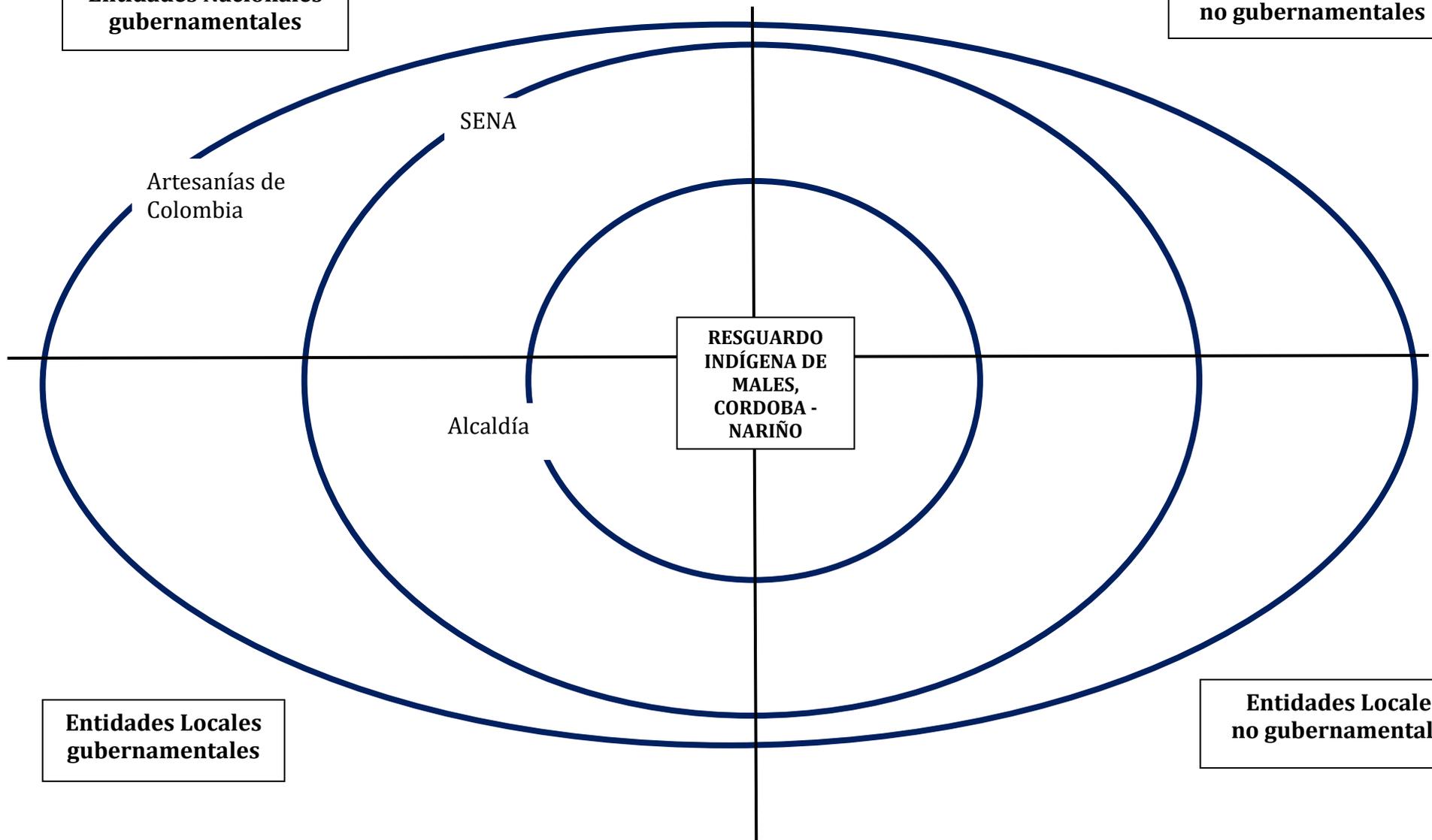
El resguardo es de origen colonial y sus habitantes han conservado a lo largo del tiempo un sincretismo religioso de creencias prehispánicas con rituales cristianos, como la fiesta patronal de San Francisco (01-04 de octubre) o los santos populares-guacas. Dentro de su proceso de recuperación de la cultura indígena, los Pastos han apropiado las fiestas de Intiraymi (solsticio de invierno, 21-24 de junio) y en menor medida la de Coyaraymi (equinoccio de primavera, 22-23 de septiembre), celebración del sol y la luna, de lo masculino y lo femenino, o en términos agrarios de la siembra y la cosecha. En su proceso de resistencia, los Pastos perdieron su lengua, pero aun así conservan algunas palabras en la toponimia del territorio y en los apellidos de las familias, además de la adopción del vocabulario quichua como forma de movilización cultural y lingüística (palabras como *Pachamama* o *Intiraymi*).

La organización social está basada primero en la comunidad como máxima autoridad, que delega la coordinación y administración de sus usos y costumbres al Cabildo, que está representado por la figura del Gobernador en primera instancia, seguido de los suplentes Gobernadores, los regidores y los alcaldes por parcialidad (divisiones territoriales) del resguardo. Los cabildantes como los comuneros pastos se rigen por los principios de la Ley de Origen, el Derecho Mayor y la Ley Natural, pilares de su forma propia de organización. El Cabildo es la unidad política-organizativa del resguardo y cumple funciones legislativas, judiciales y ejecutivas bajo el principio de gobierno propio y autonomía (Cabildo de Pastas, s.f.).

MAPA DE ACTORES

Entidades Nacionales
gubernamentales

Entidades Nacionales
no gubernamentales



1.3 Plan de Vida

A través del tiempo, esta etnia y su grupo artesanal han perdido gran parte de las características propias de su cultura. De aquí que la pérdida de la lengua, el traje típico y tradiciones propias de los Pastos, afecte la perdurabilidad de los saberes artesanales. Aun así, siendo que el oficio artesanal está relacionado con el rol de la mujer, es costumbre que esta siga ocupándose de realizar piezas de vestido para sus hijos y por tanto vea en este una posibilidad de sustento económico. El oficio de la tejeduría específicamente se trasmite de generación en generación en los núcleos familiares y, aunque ahora hay participación de los hombres, el oficio ha sido en mayor parte liderado por las mujeres.

El oficio se enseñaba en el núcleo familiar desde edades tempranas, casi siempre en las tardes después de las labores del campo que ocupaban toda la mañana. Se aprendía primero viendo, después ayudando a hilar o montar los hilos en la guanga, hasta llegar el momento que los hijos se iniciaban en el arte del tejido. Anteriormente predominaba la materia prima de lana de oveja que ellos mismo preparaban y teñían con tintes naturales, como el lodo para sacar el negro o la canela para sacar tonos de café. Hoy en día se compran los hilos en Ecuador y trabajan con otras técnicas que se introdujeron por medio de la escuela como las agujetas, agujones y máquinas de coser, entre otras.

A pesar de ello, las artesanías son realizadas para comercializar localmente, generalmente con clientes cercanos a la artesana. Esto impide que esta actividad se convierta en un sustento sostenible, por lo que se ven obligados a buscar empleos o trabajos en la agricultura.

2. DESARROLLO SOCIAL Y HUMANO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL

2.1 Transmisión y Referentes Culturales

Actualmente el proceso de transmisión de saberes se ha visto reducido potencialmente. En especial por el poco interés de los jóvenes, quienes optan por buscar opciones laborales o de estudio fuera de la comunidad en diferentes ciudades del país. Teniendo en cuenta que los niños deben asistir a la escuela, su tiempo cerca de sus madres se ha reducido y, por tanto, se han perdido los espacios que antes permitían conocer los oficios artesanales.

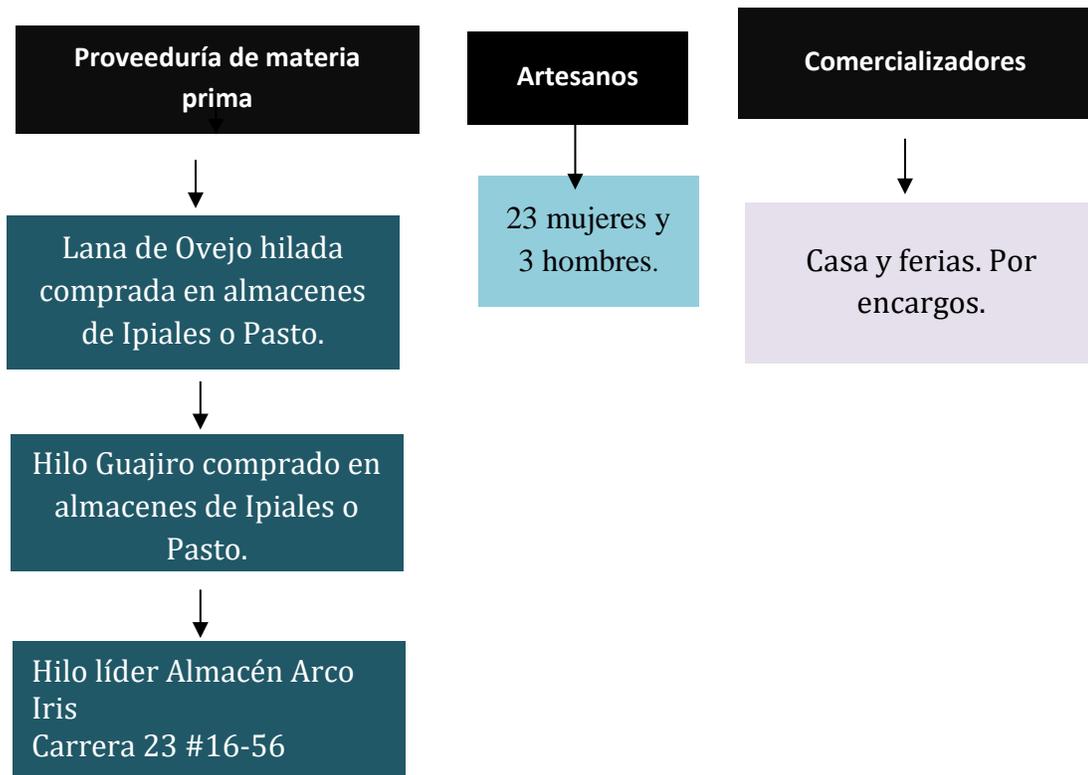
Adicionalmente expresan que muchas personas prefieren dedicar su tiempo al trabajo en el campo del cual obtienen una ganancia fija diaria (jornal) y no optar por realizar artesanías que no se venderán inmediatamente y no tendrán la retribución económica que realmente se merece. Se logró percibir con esta situación que transmisión de saberes sería unos de los problemas más evidentes en este grupo, ya que debido a las edades avanzadas de las artesanas se hace necesario el paso del conocimiento a personas jóvenes que contribuyan en la conservación de los oficios.

Aunque el grupo incluye a hombres y mujeres jóvenes, estos manifiestan que el oficio que dominan es el tejido con agujetas, y que por el contrario la técnica en guanga es una actividad que se está perdiendo pues solo las mujeres mayores aun lo practican.

2.2 Estado de Organización del grupo y formalización

La actividad artesanal se ha desarrollado principalmente como artesanos independientes, puesto que la preparación y compra de la materia prima, así como su producción pueden ser realizadas por una sola persona. Sin embargo, actualmente hay grupos artesanales que se han establecido con el objetivo de acceder a la asistencia de entidades gubernamentales y ONG. Este grupo lleva muy poco tiempo conformado y se originó por iniciativa de la líder para fortalecer las tradiciones artesanales en el resguardo. Por esta razón, los roles de cada una de las artesanas aún no están especificados y sus actividades se limitan a la producción artesanal. El rol más representativo es el de la líder, quien gestiona con entidades y, gracias a una tienda de telas e insumos, ofrece los productos que realizan las artesanas, promoviendo también la comercialización.

3. CADENA DE VALOR DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL



3.1 Definición del Oficio

Tejidos¹

Es el entrecruzamiento o anudado de uno o más hilos o fibras, realizado directamente a mano o con agujas, en telares pequeños de marco o de cintura. Los materiales utilizados cubren una gran variedad, entre ellos se destacan el fique, la lana, las cerdas, crines, palmas, pelo. Dentro de este oficio aparecen numerosas líneas especializadas como el ganchillo (crochet) el punto (tricot), el macramé, bolillo, trenzado, y la tapicería de colgadura. Los productos se obtienen directamente del uso o manejo de los hilos, ya sea de manera exclusivamente manual o contando con la implementación de agujas y otros utensilios de uso preponderantemente manual. Los tejidos se caracterizan porque su tecnología se basa esencialmente en una relación de hilos y diversos tipos de agujas o herramientas pequeñas de marco o anudado y/o enrollado, así los productos sean de grandes dimensiones.

El equipo utilizado en la mayoría de estas actividades es, generalmente, sencillo:

¹ Artesanías de Colombia S.A. Referencial Nacional de Tejeduría.

agujas de diferentes clases en diversos materiales, telares portátiles de marco, de mesa y de cintura. Mediante estas técnicas, se obtienen mochilas, bolsos, redes, prendas, fajas, piezas para costura, ruanas, cobijas, alfombras, gualdrapas, esteras, esterillas, cedazos, individuales.

a. Oficios presentes en la comunidad

En sur del departamento de Nariño el oficio del tejido en lana se ha desarrollado desde tiempos remotos en la mayoría de municipios, especialmente aquellos donde la temperatura es fría. En Córdoba como tal hay varios artesanos dedicados a este oficio, sin embargo, fue hace poco que este grupo de mujeres se asociaron para aunar fuerzas y fortalecer la artesanía como sustento económico para sus familias. En este grupo artesanal se identificaron 3 técnicas diferentes: tejido en guanga, tejido en dos agujas y tejido crochet.



Los oficios artesanales han sido labores que se han transmitido de generación en generación. No obstante, debido a los cambios sociales que ha sufrido la comunidad, los jóvenes carecen de interés por aprender estos oficios. La artesanía en Córdoba aún tiene valor económico y cultural, para muchas de las artesanas este se constituye como un ingreso para su sustento, ya sea por que comercializan los productos en el pueblo o por que los intercambian a manera de trueque por alimento, animales u otros productos de consumo o para su segunda comercialización.

En el grupo se identificó que el 50% de los integrantes son mujeres de 30 a 45 años, siendo que la mitad restante se divide equitativamente entre mujeres y hombres mayores que conocen el oficio del tejido en guanga y jóvenes que hasta ahora se están iniciando en la actividad artesanal.

b. Que oficios y técnicas se están perdiendo

El oficio artesanal principal de este pueblo indígena es la tejeduría en guana debido a que las condiciones climáticas de su ubicación geográfica los obligaba a vestir apropiadamente para las bajas temperaturas, para ello desarrollaron piezas tejidas en lana de oveja como la ruana, el gorro y el refajo. Sin embargo, la elaboración de estas piezas ha disminuido a causa de varios factores. Como, por ejemplo, la forma en que la industrialización ha traído nuevas ofertas de otro tipo de vestido que ha sido acogida por la gente, reduciendo la necesidad de fabricar ropa y por tanto el interés por continuar con la tradición. Es así como el hecho de que las nuevas generaciones no llevan consigo el conocimiento, sumado a la escasez de la materia prima en la zona, han inferido para que este oficio artesanal tienda a perderse en la población indígena Pasto.

c. Describa el oficio principal

Tejido plano en tejeduría

El tejido plano es el resultado de entrecruzar y/o entrelazar perpendicularmente dos o más series de hilos denominados urdimbre y trama. Los hilos que corren en dirección longitudinal se denominan hilos de urdimbre y los que van en dirección transversal son los hilos de trama o de relleno. Los hilos de urdimbre también se les conocen como hilos de pie y los hilos de trama como pasada. La posición perpendicular les proporciona a las telas mayor firmeza y rigidez que los hilos trenzados, de punto y encaje. Las telas de tejido plano se realizan en telares, estos han sufrido muchos cambios, pero los principios y operaciones básicas siguen siendo las mismas, los hilos de urdimbre se sostienen de dos soportes y los hilos de trama se insertan y compactan para formar la tela (Artesanías de Colombia, 2010).

La tejeduría en guana se realiza con esta herramienta conocida como telar vertical indígena, que permite la realización de tejidos planos, entrelazando hilos transversalmente por la urdimbre. Este es un instrumento de madera que nace en los andes y permite guardar la memoria de la simbología geométrica indígena.

Las dimensiones de esta herramienta son aproximadamente 150 cm de altura por 100 cm de ancho, aunque también hay telares más pequeños para realizar bufandas o cinturones.



En la tejeduría con Guanga también se utilizan herramientas como tijeras de modistería, agujas de crochet, agujetas para decorados, agujas de costura para bordados y acabados, plancha para realizar los vaporizados y maniqués para verificar las medidas.

Tejidos en técnica de punto en agujas

La Tejeduría en Tejidos en técnica de punto con agujas, consiste en obtener piezas textiles a partir de la manipulación de un hilo (continuo) que se va enlazando, conformando mallas con la ayuda de una o varias herramientas. En el ámbito artesanal se reconocen dos técnicas: el tejido de punto, con dos Agujas (Tricot) y Tejido con Ganchillo (Croché Galicismo de Crochet) (MinCIT y Artesanías de Colombia, 2004)

Las artesanas utilizan agujetas de diferentes materiales y dimensiones, condicionando su uso según el tipo de material y el grosor del mismo. Esto también puede afectar la tensión del tejido. En el tejido crochet, se utiliza un ganchillo generalmente metálico y de calibre 3 o 4 para el uso con lanas acrílicas.



Adicionalmente, la realización de estos oficios requiere de herramientas básicas de modistería, tales como: tiza, cinta métrica, alfileres, pasa hebras, reglas para patronaje, alfileres, ganchos para ropa, tijeras y cortadores espaciales de textiles.

3.2 Cadena Productiva

a. Materia primas

La materia prima es seleccionada según el producto a elaborar. Los productos tradicionales son principalmente comercializados en la zona y son elaborados en

lana de oveja virgen, por el contrario, para la gran mayoría de productos de venta externa utilizan lana industrial, hilos acrílicos o hilos de algodón.

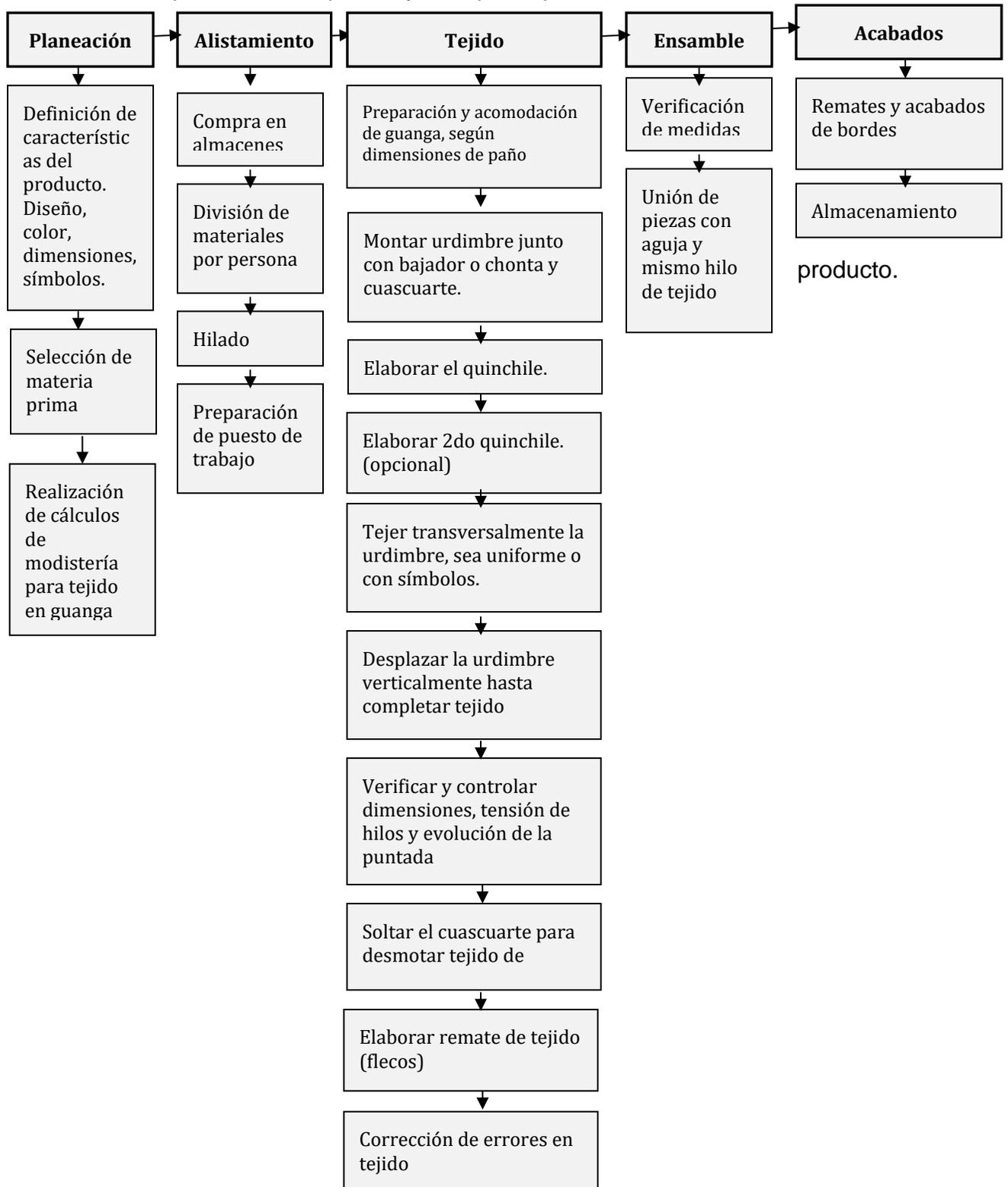
Aunque este oficio tradicionalmente se realizaba con lana de oveja, las artesanas se han visto obligadas a hacer uso de materiales industriales debido a la escasez de la lana en la región y el alto costo de la misma. La compra de la materia prima se realiza principalmente en Tulcán, Ecuador. El desplazamiento que es aproximadamente de 1 hora les permite acceder a los dos únicos almacenes que hay en la zona más próxima al municipio de Córdoba. Los proveedores al ser almacenes comerciales tienen una frecuencia de venta diaria, y cumple con los reglamentos tributarios del Ecuador, incluyendo la emisión de facturas. La obtención de la materia prima es uno de las mayores dificultades identificadas por las artesanas, puesto que, al encontrarse ubicadas en la frontera, la compra se ve condicionada al cambio del valor de dólar

También existe la posibilidad de encontrar el material en Pasto, por lo que deben desplazarse 2.5 horas en transporte terrestre y acceder al comercio en el centro de la ciudad. A pesar de que allí el valor es en pesos colombianos, las artesanas han identificado que el material es ecuatoriano y por tanto el precio ya tiene los sobrecargos del cambio de moneda que el distribuidor asumió.

En el caso de la lana orlón, la más usada por las artesanas en la actualidad, tiene un valor en Tulcán de 30.000 pesos por kilo, sin embargo, si se compra en Ipiales el precio es de 45.000. Esto varía según el valor de dólar. El costo de la lana virgen sin lavar puede oscilar entre los 60.000 a 67.000 pesos colombianos, esto representa un alza radical en el precio final del producto.

| No. | Nombre de la materia prima | Presentación o Un. medida | Cantidad utilizada/mes/semestre/año |
|------------|-----------------------------------|----------------------------------|--|
| 1 | Lana Orlón | kilo | De 500gr. a 1000 gr. |
| 2 | Hilo Guajiro | kilo | De 500gr. a 1000 gr. |
| 3 | Lana de oveja virgen | kilo | De 1400gr. a 2000 gr. |

b. Descripción de los pasos y tiempos aproximados en la elaboración del



▪ **Acabados:**

Para garantizar el acabado y la calidad de las piezas, las artesanas líderes identificaron quienes de ellas tienen mayor habilidad para tejer mochila, tejer cincha en guanga, tejer ruana en guanga y hacer cordones; para así designar un rol a cada una durante las temporadas de producción.

Los productos realizados por la comunidad cuentan con buen nivel de ejecución, al igual de realizar un ejercicio de rescate en cuento a retomar simbología propia de los Pastos, tanto para el cuerpo de las mochilas como para los chumbes. En ocasiones tinturan con técnicas tradicionales y naturales, aunque también tinturan con anilinas, las cuales les ofrece mayor diversidad de color y durabilidad para obtener los colores de la wipala que combinan en sus diseños.

La inspiración para sus diseños surge de revistas del cabildo, literatura y relatos de los mayores, al igual que su entorno natural, buscando hacer un rescate y empoderamiento de su identidad. A pesar de esto no toman el proceso de diseño como una metodología estructurada a partir de líneas y colecciones, haciendo del surgimiento de nuevos productos un proceso espontáneo.

- Las superficies de los tejidos son uniformes, en la mayoría de los casos no se observa los hilos que se encuentran dentro del alma de las puntadas.
- Los cuerpos de las mochilas se encuentran bien estructurados a partir del tejido apretado que realizan las artesanas.
- En general dentro de la comunidad artesanal de Córdoba, las artesanas realizan los chumbes propios de su comunidad indígena. Esto se debe al ejercicio colectivo que se viene trabajando dentro de la comunidad de rescatar su simbología.
- Las uniones del cuerpo de las mochilas con los chumbes se realiza de manera uniforme, no se observa puntadas que rompan con la uniformidad de los tejidos.

▪ **Aprestos:**

Se realiza la revisión visual de la mochila, antes de ser empacada y almacenada, revisando su horma, largo de la cincha, sangrado de tintes; si se encuentran defectos tratan de cuadrarse estirando un poco la mochila para que adquiera la forma deseada y de ser requerido se debe desbaratar el tejido para corregirlo. No se realiza ningún apresto adicional sobre los acabados de las mochilas. En ruanas y bufandas, posterior a la revisión final no se realiza ningún apresto.

- **Producto terminado:**



Se demuestra un buen dominio de la técnica y oficio, manejo de patrones de tejido y medidas estandarizadas por determinado peso en el hilo o la lana. Información que se maneja sin ningún registro o Ficha Técnica, todas las determinantes de acabados de los productos son transmitidas de forma verbal, con el apoyo de los patrones de tejido y fotografías.

Se tienen elementos que generan identidad como los remates de los cordones, colores de la wipala, entre otros, pero no se crea una armonía total como colección entre los productos.

Finalmente, el producto y la comunidad como tal carecen de identidad gráfica, corporativa y elementos comunicacionales (tarjetas, catálogos, empaques, pendones) que fortalezca su posicionamiento como comunidad artesanal.

- **Almacenamiento:**

Los productos son almacenados en vitrinas, utilizando bolsas plásticas para evitar que se ensucien

- **Empaque:**

Actualmente lo hacen en bolsas plásticas:

La comunidad no cuenta con empaques, identidad gráfica, tarjetas de presentación, catálogos y demás elementos comunicacionales que les permita transmitir a sus clientes y visitantes todo el valor de sus trabajos y la importancia del mismo para su comunidad.

3.3 Productos

Mochila con símbolos



Gorros



Bufandas tejidas



Muñecas



Ruana con simbología



4. COMERCIAL Y SOCIOEMPRESARIAL

4.1 Comercial

Teniendo en cuenta que el grupo artesanal se conformó hace poco tiempo, el desarrollo comercial de este aún no se ha activado. Puntualmente la líder del grupo es quien mayor experiencia tiene en este aspecto, pues la tienda que administra ofrece los productos que elaboran los demás artesanos. Si bien ella cuenta con RUT, el grupo como tal no está organizado formalmente.

Como se mencionó anteriormente, no hay claridad sobre el tipo de roles que desempeñan cada uno de sus integrantes, más allá de la elaboración propia de los productos. Por tanto, es importante reconocer las capacidades comerciales y administrativas de los artesanos. El registro de entradas y salidas de dinero no es llevado por todos los integrantes del grupo, aun así, la líder al ser la encargada de vender algunos de los productos registra en un cuaderno el dinero que recibe y a quien le pertenece, para de esta forma entregar el recurso adecuadamente.

Con respecto al costeo y las políticas de precios, debido a que no hay conocimiento sobre cómo establecer precios, hasta el momento estos se han establecido de manera subjetiva y varían según el artesano. No hay un cálculo claro sobre el valor del jornal, ni el porcentaje de ganancia. Tampoco han establecido diferencia de precios con respecto a la plaza o el cliente, pues estos se limitan a sus círculos sociales más cercanos.

| ¿Quiénes son sus clientes actuales y cómo pueden buscarlos? | |
|--|---|
| Perfil del cliente | (Clientes identificados en los segmentos de mercado, quienes son, frecuencia de compra, ubicación, principales clientes) |
| Estrategias de fidelización | Captar, retener y crecer con los clientes. Buscar clientes y ofrecer un buen producto. Buscar bases de datos de contactos de empresas. Ir a la cámara de comercio para encontrar la lista de clientes y establecer el comercio de productos del grupo de tejido. |
| ¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región? | |
| Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales | Actualmente no cuentan con proyección de citas de negocio en ferias o asistencia a eventos regionales por fuera del programa, ni poseen contratos. El grupo está trabajando para participar en Expoartesanías 2017. |

| | |
|--|--|
| <p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p> | <p>En Córdoba, el día del campesino se realiza una feria artesanal, gastronómica y piscicultura. (La feria se realiza en Junio en el polideportivo.</p> <p>En el mes de agosto son las fiestas patronales de San Bartolo. (El lugar de la feria es en la Casa de la cultura.</p> <p>Por iniciativa del grupo, exponen el producto en el parque principal de Córdoba en las fechas especiales como día de la madre.</p> <p>En Ipiales, se realiza la participación en Intiraimi (Fiesta del sol, el 21 de Junio, posteriormente el coyaraime, realizado en un resguardo el 21 de Septiembre, además se participa en Kapak raimi celebrado por el cabildo el 21 de Diciembre y Paucaraimi que es festejado el 21 de Marzo; Cabe resaltar que el grupo de tejido participa exhibiendo diferentes productos en las celebraciones.</p> <p>Además, el grupo de tejido participó en el encuentro regional de economías propias de los pueblos indígenas en Duitama en el mes de Octubre de 2017.</p> <p>Además se proyecta participar en Expoartesánias 2017.</p> |
| <p>Sinergias comerciales</p> | <p>(Teniendo en cuenta que sinergia es unir esfuerzo para lograr un objetivo común. Ejemplo, aumento ingreso a través de redes comerciales.)</p> |
| <p>Análisis de mercado externo</p> | |
| <p>Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p> | <p>El grupo lleva trabajando la producción de artesanías por más de 15 años, sin embargo no han tenido acercamientos en el mercado comercial.</p> |
| <p>Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.</p> | <p>El Grupo artesanal no posee trámites actuales para la certificación de calidad de producto, como el sello hecho a mano o registro de marca.</p> <p>Existe un fuerte interés en realizar el registro de marca, para posicionar el producto en diferentes regiones del país.</p> |
| <p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p> | <p>Actualmente el grupo cuenta con 22 integrantes beneficiarios del programa, poseen una capacidad de producción de 54 mochilas de tamaño grande al mes.</p> <p>En cuanto a la estructura organizacional, se posee una presidenta, vicepresidenta, tesorero y dos fiscales.</p> <p>Igualmente frente a las certificaciones, la comunidad está proyectando realizar el registro de marca para el año 2019; Sumado a lo anterior, la técnica Claudia Ramírez posee los estatutos organizados para realizar la constitución legal como asociación de artesanas, sin embargo ha tenido una serie de dificultades que han impedido el logro de dicho propósito.</p> <p>Junto con el asesor comercial, se ha tomado la decisión de revisar los estatutos para luego realizar la presentación al grupo de artesanas, tener la</p> |

| | | | |
|--|--|---|-----------------------------|
| | | respectiva aprobación y continuar con los trámites de formalización empresarial. | |
| Resultados comerciales proyectados | | | |
| Producto | Precio | Cantidad de unidades vendidas 2016 | Ventas proyectadas 2017 |
| VENTAS TOTALES | | | |
| Negocios proyectados | Quienes, donde y como | Tasa de efectividad | Solo tener en cuenta el 10% |
| Estrategia de diferenciación en producto | | | |
| Oportunidad de mejora identificada | Estrategia | Actividad | |
| Atención al cliente | Formación y dinámicas comerciales para mejorar las habilidades comerciales | Dinámicas comerciales para el fortalecimiento de las capacidades en ventas | |
| Organización empresarial | Gestión y control de materia prima, inventarios y producto terminado. | Realizar el diligenciamiento de los formatos de gestión y control de materia prima, inventarios y producto terminado. | |
| Aumentar la calidad del producto | Mejorar el diseño e innovar en productos | Trabajar articuladamente con el asesor de diseño para mejorar las condiciones técnicas en la elaboración de los productos. El objetivo es lograr el registro de marca para el año 2019. | |
| Estrategia de diferenciación en precio | | | |
| Oportunidad de mejora identificada | Estrategia | Actividad | |
| Atraer un mayor número de clientes | Reducir el precio de los productos. | Por la compra de una mochila se obsequia una manilla o un monedero. | |
| Garantizar el correcto cálculo del precio de venta bajo la metodología de los costos unitarios estándar. | Realizar la asignación del precio de venta del producto en feria con la metodología aprendida. | Calcular el costo y la utilidad de las diferentes líneas de producto. | |
| Incrementar el precio de venta de acuerdo a la calidad del producto | Realizar la verificación de calidad del producto para asignar el precio de venta. | Calcular el precio de venta de acuerdo a la calidad identificada del producto. | |
| Diseño especializado | Definir el precio de venta para un producto con un diseño complejo o valor agregado | Incrementar el precio de venta del producto entre 20% y 30% de acuerdo al nivel de calidad o diseño especializado requerido. | |
| Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución | | | |
| Canales de comercialización | Estrategia | Actividad | |
| Exportadores y/o Importadores | Impactar en las redes sociales | Participar en ferias regionales, nacionales y departamentales. Promocionar productos pequeños para motivar al cliente. | |
| ONG'S y fundaciones | Nuevas líneas de producto | Salir a otros municipios y departamentos a promocionar nuestros productos | |
| Empresas minoristas | Diferenciación de nuestros productos / Diagnostico comercial | Realizar una publicidad para promover la ubicación de nuestra | |

| | | |
|--|---|--|
| | | comunidad y los productos que realizamos. |
| Almacenes de cadena y grandes superficies | Dar a conocer los productos en diferentes almacenes | Vincularnos con las diferentes cadenas artesanales regionales, nacionales e internacionales por medio de las redes sociales y contactos telefónicos. |
| Tiendas minoristas especializadas | Dar a conocer el producto | Ir a diferentes tiendas de artesanías y dar a conocer y promocionar el producto por catálogo y redes sociales. |
| Empresas manufactureras | Vincularnos con estas empresas mediante convenios y contratos | Asistencia a ferias, eventos, buscar convenios o contratos con empresas manufactureras. |
| Instituciones corporativas publico / privadas | Ferias, almacenes, centros comerciales, plazas, Cámara de comercio | Dar a conocer el producto y dejar una muestra / Llevar el catalogo y hacer tarjetas del grupo. |
| Redes sociales / pagina web | Promocionar e informar los productos por redes sociales | Facebook/ Instagram /Twitter |
| Venta directa | Ofrecer un obsequio con el producto. | Pasar un aviso por la emisora. |
| Referidos voz a voz | Varias los precios. | Realizar diferentes tamaños y formas del producto. |
| Participación en ferias, eventos y encuentros | Identificar las ferias, encuentros y eventos de promoción artesanales regionales | Realizar la investigación y búsqueda de eventos regionales donde el grupo pueda exhibir sus productos. |
| Estrategia de diferenciación en promoción | | |
| Oportunidad de mejora identificada | Estrategia | Actividad |
| Promoción de productos. | Obsequio por la compra de productos | Monederos, manillas, llaveros. |
| Promoción de líneas de producto, en épocas especiales. | Crear un producto novedoso para fechas especiales (Día de la madre, día del padre, en Diciembre, Día de la mujer, Carnavales y las fiestas tradicionales del resguardo) | Realizar la gestión con entidades gubernamentales que promuevan Las artesanías y autoridades locales. |
| Descuentos al por mayor | Descuentos en productos | 10% al 15% de descuento en precio al por mayor. 10% siempre y cuando la compra sea mínimo por 3 productos. De 6 productos en adelante, se realizara un descuento del 15% sobre el precio de venta. |
| Difundir los productos del grupo a través de redes sociales. | Publicar fotos de nuevos productos, con precios en redes sociales | Realizar la promoción publicitaria en Facebook, Instagram y twitter. |
| Innovación en empaque | Crear el empaque atractivo e innovador para la entrega y presentación del producto. | Realizar un empaque para la entrega de producto. |
| Innovación en nuevos diseños | Mejorar la combinación de colores. | Combinar el diseño con los colores de los productos elaborados. |

| | | |
|---|--|--|
| Gestión y repartición de tarjetas comerciales | Realizar la publicidad y visibilidad del grupo a través de material publicitario | Realizar tarjetas de presentación del grupo de tejido. |
|---|--|--|

4.2 Imagen comercial y comunicación

El grupo tras una exploración, deciden que se llamaran Mujeres Tejedoras de Cultura y Pensamiento Andino MUTEYCYP, el logo aún está en desarrollo. El material de divulgación para apoyar la actividad comercial está en proceso.

5. ACCIONES A SEGUIR EN:

- Diseño y desarrollo de productos énfasis rescate: Taller de simbología para rescate de piezas tradicionales, estandarización de medidas.
- Fortalecimiento de los oficios y/o técnicas artesanales: mejoramiento de la técnica del tejido en guanga.
- Gestión para la formalización empresarial: Formalización del taller artesanal
- Desarrollo socio organizativo: Taller de roles, Taller resolución de conflictos
- Transmisión de saberes: Taller de transmisión de saberes para la tejeduría en guanga
- Comercialización y mercadeo: Taller costeo y políticas de precios
- Imagen comercial: Desarrollo de nombre e imagen comercial.
- Realizar taller de metodología de diseño y estructuración a partir de líneas y colección e identidad. Con manejo de Fichas técnicas y diseño de patrones.
- Diseño con énfasis rescate e identidad: Taller de simbología, geometrización de la mochila y símbolos, estandarización de medidas, elaboración de patrones.
- Fortalecimiento de los oficios, principalmente la técnica de tejido en guanga donde las artesanas pueden explorar en sus técnicas tradicionales para darle un manejo más controlado desde el hacer a los grosores de las franjas para dibujar los símbolos
- Transmisión de saberes: Taller de transmisión de saberes para la tejeduría en guanga y simbología.
- Imagen comercial: A partir de una actividad integradora obtener información acerca de la imagen que quieren dar ellos como comunidad y como talleres, realizando bocetos de nombre e imagen comercial. Para posteriormente desarrollar su identidad grafica e implementarla en diferentes elementos como empaques, tarjetas, pendones etc.

BIBLIOGRAFÍA

Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT) y Artesanías de Colombia. (2004). *Referencial nacional de tejeduría. Departamento de la Guajira*. Bogotá: Artesanías de Colombia. (Informe técnico, no publicado).

Saade Granados, M. (2012). Las formas del entramado. Encuentro, tejido y pensamiento en el pueblo de los Pastos. En Cecilia Duque Duque (Ed.), *Lenguaje Creativo de Etnias Indígenas de Colombia* (pp.172-179). Bogotá: Suramericana y Grupo Sura.

Asociación de Autoridades Indígenas del Pueblo de los Pastos. (2014). *Plan de Acción para la Vida del pueblo de los Pastos*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia