



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS INDÍGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS, AFROCOLOMBIANAS, RAIZALES Y PALENQUERAS- NARP EN COLOMBIA

Convenio Interadministrativo No. 285 de 2018 Suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A

**PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO FOCALIZADO
RESGUARDO GUAMBIA MISAK – ESPIRAL ARTE**

2018

<p>Etnia – Comunidad: GuambiaMisak– Espiral Arte</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Crochet-Telar</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>30/09/2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Mochilas</p>		
<p>Departamento</p>	<p>Cauca</p>	<p>Municipio</p>	<p>Silvia</p>
<p>Asesor(a)</p>	<p>María Camila Diez</p>	<p>Contacto</p>	<p>3117308318</p>
<p>Técnico de la comunidad</p>	<p>Gloria Calambás Muelas</p>	<p>Contacto</p>	<p>3217316880</p>



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia





DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad artesanal ESPIRAL ARTE del Resguardo Guambia Misak, no se encuentra formalizada legalmente, sin embargo, se evidencia que cuentan con estatutos adelantados, ya que tienen como propósito a mediano plazo la formalización.

En materia de mercado y comercialización, a nivel local (en el municipio de Silvia) la comunidad no ofrece sus productos ya que los demás artesanos de la zona ofrecen sus productos a muy bajo costo, quedando imposible para ESPIRAL ARTE competir con precios tan bajos; El grupo artesanal únicamente ofrece sus productos en eventos externos (fuera del pueblo).

A nivel nacional, la comunidad de artesanos ESPIRAL ARTE, desde el año 2015 ha participado en varios eventos nacionales, en las ciudades de Pereira, Medellín, Popayán, Pasto, Armenia, Cali, y en Expoartesánias en la ciudad de Bogotá durante 3 años consecutivos, y un evento internacional en México.

En el año 2018, han participado en los siguientes eventos a nivel nacional:

Evento	Ciudad	Invitado por	Resultado en ventas
Expoartesano	Medellín	Artesanías de Colombia	\$ 3.757.000
Encuentro Regional de Economías Propias	Pereira	Artesanías de Colombia	\$ 3.010.000
Feria Artesanal	Pasto	Maestro artesano Carlos Motombacoy	\$ 1.100.000
Expoartesanal Armenia	Armenia	Juan Agudelo, contactado durante el evento de Expoartesánias de Bogotá en Diciembre de 2017	\$ 800.000
Feria Artesanal	Buga	Contacto del Grupo	\$ 513.600
Feria Artesanal	Cali	Contacto del grupo	\$ 750.000
TOTAL VENTAS NACIONALES			\$ 9.930.600

Se anexa formato seguimiento de ventas.

A nivel internacional, el grupo artesanal tuvo la oportunidad de participar en un evento en Mexico en Agosto de 2017, invitados por Artesanías de Colombia donde tuvieron un resultado de





\$ 2.525.000, correspondiente a ventas en su mayoría de mochilas y parte de bisutería.
 El grupo indica que, durante los eventos comerciales de Economías Propias, han surgido clientes potenciales, sin embargo, se consultó sobre dichos clientes (nombre, teléfono, tipo de clientes) y no encontraron los datos, razón por la cual no los han contactado este año para ofrecer sus productos.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	<p>Comerciantes para compra al por mayor, para comercializar tanto a nivel nacional como internacional.</p> <p>Turistas que visitan la región, para uso personal.</p> <p>Tiendas especializadas en la distribución de artesanías.</p> <p>NOTA: No tienen clientes frecuentes.</p>
--------------------	---

¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?

Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	<p>1. NIVEL LOCAL</p> <p>1.1. Evento Semana Santa en Silvia 2019: Debido a que Silvia es un sitio de afluencia de turistas, y que en época de semana santa se incrementan los visitantes, se puede adquirir un stand en la plaza principal.</p> <p>2. NIVEL NACIONAL</p> <p>2.1. Encuentro Regional de Economías Propias Medellín (Julio-Agosto 2018) Invitados por Artesanías de Colombia, lograron un resultado de \$ 3.757.000, correspondiente en su gran mayoría a bisutería y parte de mochilas.</p> <p>2.2. Encuentro de Economías Propias en Neiva (15-19 Agosto 2018) Invitados por Artesanías de Colombia, lograron un resultado de \$ 681.000, correspondiente en su gran mayoría a bisutería y parte de mochilas.</p> <p>2.3. Encuentro de Economías Propias en Pereira (1-3 Junio 2018) Invitados por Artesanías de Colombia, lograron un resultado de \$ 3.010.000.</p> <p>2.4. Expoartesanía Armenia (9-14 de Mayo 2018)</p>
---	---





	<p>Invitados por el señor Juan Agudelo, organizador de eventos, contactado durante el evento de Expoartesánias realizado en la ciudad de Bogotá en Diciembre de 2017, participaron en el evento Expoartesanal en la Ciudad de Armenia, obteniendo un resultado económico de \$ 800.000.</p> <p>2.5. Feria Artesanal en Buga (25 Marzo-1 Abril 2018) Invitados por el señor Wilson, contacto del grupo artesanal, se obtuvo un resultado económico de \$ 513.600, por la venta de mochilas y bisutería.</p> <p>2.6. Feria Artesanal y Microempresarial – Popayán (29 Agosto-09 Septiembre 2018) Invitados por el señor Wilson, contacto del grupo artesanal, se obtuvo un resultado económico de \$ 348.000, por la venta de mochilas y bisutería.</p> <p>2.7. Evento Artesanal en Cali (12-18 Marzo 2018) Invitados por el señor Wilson, contacto del grupo artesanal, evento realizado en el C.C. Palmetto Plaza, se obtuvo un resultado económico de \$ 750.000, por la venta de mochilas y bisutería.</p> <p>2.8. Feria Artesanal en Pasto (31 Agosto-01 Sept 2018) Invitados por Carlos mutombajoy maestro artesano de Pasto, se obtuvo un resultado económico de \$ 1.100.000, por la venta de mochilas y bisutería.</p> <p>2.9. Participación en Expoartesánias en Bogotá (05 – 18 de diciembre) Invitados por Artesánias de Colombia, Expoartesánias es una oportunidad comercial muy importante para el grupo artesanal, ya que recibe visitantes de los cinco continentes.</p>
Análisis de mercado externo	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p>	<p>A nivel internacional, el grupo artesanal tuvo la oportunidad de participar en un evento en México en Agosto de 2017, invitados por Artesánias de Colombia donde tuvieron un resultado de \$ 2.525.000, correspondiente a ventas en su mayoría de mochilas y parte de bisutería.</p>





Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Hasta el momento la comunidad no cuenta con ningún trámite de calidad ni en proceso de gestión como finalizado.	
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	El grupo no se encuentra formalizado legalmente, sin embargo, se están iniciando las gestiones para su formalización, tienen elaborados los estatutos y se encuentran en revisión de abogado. El número de artesanas que cuentan con la habilidad productiva en la comunidad es de 50, los cuales conocen la técnica y tienen buena experiencia. El grupo cuenta con las herramientas necesarias y experiencia para la fabricación de los productos, el nivel de producción mensual del grupo es de 150 mochilas. La estructura organizacional de la comunidad se divide en 3 grandes grupos: Representación legal, junta directiva, asamblea general de asociados; se tiene un organigrama.	
Estrategia de diferenciación en producto		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Diseños propios del grupo, donde se plasmen figuras milenarias representativas de la etnia Guambia Misak	Rescatar los saberes identificando figuras únicas y propias de la comunidad, Generando una posición única y exclusiva en el mercado	A través del taller de rescate simbólico y de transmisión de saberes, traer diseños representativos y plasmarlos en las mochilas
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Fidelizar a los clientes. Motivar la compra al por	Optimización de costos de materia prima	Preparar la materia prima, es decir, realizar el proceso desde el corte de





mayor.		lana de la oveja, hasta el hilado, evitando comprar producto ya procesado, reduciendo costos
	Optimización de costos de mano de obra	Practicar la técnica de tejido, ganando experiencia, para lograr elaborar los productos en menos tiempo.
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Generar ingresos fijos	Aplicar descuento de hasta el 15% por compras al por mayor	Teniendo en cuenta la tabla de precios de los productos, el grupo puede realizar descuentos de hasta el 15% a sus clientes más fieles, por ventas al por mayor.
Lograr una buena imagen en el cliente, convirtiéndose en una fuente de comunicación que recomiende el producto a otros clientes.	Seguimiento Postventa	Garantizar la satisfacción del cliente, a través de un seguimiento postventa, mediante una comunicación permanente.
Satisfacción del cliente.	Garantía	El grupo artesanal garantizará la calidad de sus productos, y responderá por aquellos productos que el cliente considere defectuosos o de baja calidad, aplicando la garantía del producto.
Convertir el cliente como una fuente de ideas para nuevos productos y para la mejora de servicios ofrecidos	Recibir sugerencias de los clientes	El grupo artesanal tendrá muy en cuenta las sugerencias de los clientes, en cuantos a diseños y a líneas de productos.





Atraer nuevos clientes	Seguimiento a clientes potenciales	Seguimiento a aquellos clientes que aunque no adquirieron el producto en el primer contacto, quedaron interesados e inquietados con el producto. Para el seguimiento postventa se requiere la elaboración de un catalogo para el envío a los clientes.
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Tienda virtual (Federación nacional de artesanos)	Comercializar los productos en la tienda virtual habilitada por la federación nacional de artesanos	La comunidad ya hace parte de la federación nacional de artesanos, el objetivo es participar en la tienda virtual, ya que es un sitio web promocionado a nivel nacional e internacional, y será un punto de referencia para cualquier persona interesada en comprar artesanías. Con el apoyo de Artesanías de Colombia, se elaboro un catalogo, el cual fue enviado a la federación, con el fin de revisar los productos y que estos cumplan con un mínimo de condiciones de calidad, para poder ser publicados.
Centro Comercial Campanario-Popayán	Obtener un espacio en el centro comercial más visitado de Popayán para ofrecer sus productos	Teniendo en cuenta el reconocimiento que tienen los indígenas Misak, y el posicionamiento que tiene la artesana líder de Espiral Arte (Presidenta de la Federación Nacional de Artesanos), poder gestionar con la administración del Centro Comercial Campanario un espacio para la comercialización de sus





		productos.
Redes sociales	Comercializar los productos a través de redes sociales	<p>Las redes sociales son un espacio para conectarse con amigos y conocer nuevas personas, sin embargo también son espacios que permiten compartir información entre esas, comercializar productos y/o servicios.</p> <p>La comunidad cuenta con la red social Facebook e instagram, ambas redes sociales tienen un responsable, se evidencia que tienen un muy buen manejo y realizan publicaciones de calidad. Sin embargo las publicaciones se han enfocado en el grupo y sus actividades, no hay publicaciones de producto por lo cual esta herramienta no ha logrado obtener resultados comerciales.</p> <p>Al finalizar el año 2018, el grupo impacte por lo menos a 20 nuevos clientes potenciales, entre tiendas especializadas, exportadores, clientes directos.</p>
Nota	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Atraer nuevos clientes Dar a conocer una línea de	Concurso por redes sociales	La comunidad Espiral Arte cuenta con Facebook e instagram como estrategia





<p>productos</p> <p>Conseguir mayor interacción con los seguidores</p> <p>Conseguir mas seguidores</p> <p>Generar un impacto en los seguidores</p>		<p>de promoción, tienen un excelente manejo de la red social, la mantienen actualizada y sus publicaciones son de calidad, desde Julio de 2017 han conseguido obtener más de 500 seguidores.</p> <p>Teniendo en cuenta lo anterior, Espiral Arte puede realizar un concurso o sorteo, de un producto (ojala un nuevo producto para darlo a conocer y promocionarlo), donde ofrezca “GRATIS” el producto si realiza alguna de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir que 10 personas nuevas sigan la pagina de facebook. • Etiquetar a 50 amigos en la publicación del concurso. • Hacer un publicación en el perfil personal, exponiendo el porqué le gusta el producto, y conseguir la mayor cantidad de me gustas. <p>De esta manera se puede multiplicar la cantidad de seguidores, y tener mayores posibilidades de ventas.</p>
<p>Ser una herramienta de recordación al cliente.</p> <p>Permite mostrar y describir todos los productos que el grupo produce</p>	<p>Catálogo de productos</p>	<p>Elaborar un catalogo de productos, que se pueda enviar por correo electrónico, whatsapp, y redes sociales, para enseñarle al cliente el producto y recordarle el porqué fue que llamo su atención</p>

