





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

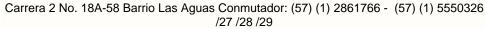
Etnia – Comunidad: GuambiaMisak– Espiral Arte



Técnica	Crochet-Telar	Fecha de realización	30/09/2018
Oficio		Tejeduría	
Líneas de producto	Mochilas		
Departamento	Cauca	Municipio	Silvia
Asesor(a)	María Camila Diez	Contacto	3117308318
Técnico de la comunidad	Gloria Calambás Muelas	Contacto	3217316880

















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 Expoartesanias 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 Expoartesanias 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.

productos.	
	ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL
	Comerciantes para compra al por mayor, para comercializar tanto a
	nivel nacional como internacional.
Perfil del cliente	Turistas que visitan la región, para uso personal.
	Tiendas especializadas en la distribución de artesanías.
	NOTA: No tienen clientes frecuentes.
¿Quié	nes son sus clientes potenciales en la región?
	1. NIVEL LOCAL
	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.
	2. NIVEL NACIONAL
	2.1. Encuentro Regional de Economías Propias Medellín (Julio-
	Agosto 2018)
Prospección de negocios	Invitados por Artesanías de Colombia, lograron un resultado de \$
potenciales y	3.757.000, correspondiente en su gran mayoría a bisutería y parte
oportunidades comerciales	de mochilas.
	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.
	2.3. Encuentro de Economías Propias en Pereira (1-3 Junio 2018)
	Invitados por Artesanías de Colombia, lograron un resultado de \$
	3.010.000.
	2.4. Expoartesanal Armenia (9-14 de Mayo 2018)













Invitados por el señor Juan Agudelo, organizador de eventos, contactado durante el evento de Expoartesanias 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.

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 ybisutería.

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.

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.

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.

2.9. Participación en Expoartesanías en Bogotá (05 – 18 de diciembre)

Invitados por Artesanías de Colombia, Expoartesanías es una oportunidad comercial muy importante para el grupo artesanal, ya que recibe visitantes de los cinco continentes.

Análisis de mercado externo

¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales? A nivel internacional, el grupo artesanal tuvo la oportunidad de participar en un evento en México 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.









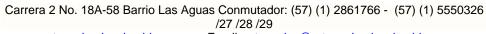




Cuentan con trámite para	Hasta el momento la comunidad no cuenta con ningún trámite de		
certificación de calidad en	calidad ni en proceso de gestión como finalizado.		
etapas de inicio, proceso,			
avanzados y/o			
desarrollados.			
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel 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 150mochilas. 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			
		i chi pi dadeto	
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad Actividad	
Oportunidad de mejora identificada Diseños propios del grupo, donde se plasmen figuras milenarias representativas de la etnia Guambia Misak	Estrategia Rescatar los saberes identificando figuras únicas y propias de la comunidad, Generando una posición única y exclusiva en el mercado	Actividad A través del taller de rescate simbólico y de transmisión de saberes, traer diseños representativos y plasmarlos en las mochilas	
Oportunidad de mejora identificada Diseños propios del grupo, donde se plasmen figuras milenarias representativas de la etnia Guambia Misak	Estrategia Rescatar los saberes identificando figuras únicas y propias de la comunidad, Generando una posición única y exclusiva en el	Actividad A través del taller de rescate simbólico y de transmisión de saberes, traer diseños representativos y plasmarlos en las mochilas	
Oportunidad de mejora identificada Diseños propios del grupo, donde se plasmen figuras milenarias representativas de la etnia Guambia Misak	Estrategia Rescatar los saberes identificando figuras únicas y propias de la comunidad, Generando una posición única y exclusiva en el mercado	Actividad A través del taller de rescate simbólico y de transmisión de saberes, traer diseños representativos y plasmarlos en las mochilas	
Oportunidad de mejora identificada Diseños propios del grupo, donde se plasmen figuras milenarias representativas de la etnia Guambia Misak Oportunidad de mejora	Estrategia Rescatar los saberes identificando figuras únicas y propias de la comunidad, Generando una posición única y exclusiva en el mercado Estrategia de diferenciación	Actividad A través del taller de rescate simbólico y de transmisión de saberes, traer diseños representativos y plasmarlos en las mochilas ón en precio	











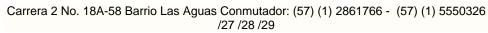




mayor.	Optimización de costos de mano de obra	lana de la oveja, hasta el hilado, evitando comprar producto ya procesado, reduciendo costos Practicar la técnica de tejido, ganando experiencia, para lograr elaborar los productos en menos tiempo.
	Estrategia de Fidelización	de Chentes
Oportunidad de mejora 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.













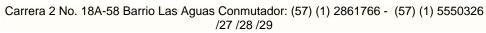




Atraer nuevos clientes	Seguimiento a clientes potenciales	Seguimiento a aquellos clientes que aunque no adquirieron el producto en el primer contacto, quedaron interesados e inquietados con el producto. Para el seguimiento postventa se requiere la elaboración de un catalogo para el envío a los clientes.
Estrategia	de diferenciación en plaza	a, acceso y distribución
<u>Canales de</u> <u>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













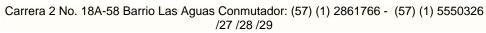




		productos.
Redes sociales	Comercializar los productos a través de redes sociales	Las redes sociales son un espacio para conectarse con amigos y conocer nuevas personas, sin embargo también son espacios que permiten compartir información entre esas, comercializar productos y/o servicios. La comunidad 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. Al finalizar el año 2018, el grupo impacte por lo menos a 20 nuevos clientes potenciales, entre tiendas especializadas, exportadores, clientes directos.
Nota	El asesor comercial d	ebe registrar mínimo 3 canales de
		contexto comercial de la comunidad.
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Atraer nuevos clientes	Concurso por redes	La comunidad Espiral Arte cuenta con
Dar a conocer una línea de	sociales	Facebook e instagram como estrategia













productos		de promoción, tienen un excelente
Conseguir mayor		manejo de la red social, la mantienen
interacción con los		actualizada y sus publicaciones son de
seguidores		calidad, desde Julio de 2017 han
Conseguir mas seguidores		conseguido obtener más de 500
Generar un impacto en los		seguidores.
seguidores		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:
		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.
		De esta manera se puede multiplicar la
		cantidad de seguidores, y tener mayores
		posibilidades de ventas.
Ser una herramienta de		Elaborar un catalogo de productos, que
recordación al cliente.		se pueda enviar por correo electrónico,
	Catálogo de productos	whatsapp, y redes sociales, para
Permite mostrar y describir	Catalogo de productos	enseñarle al cliente el producto y
todos los productos que el		recordarle el porqué fue que llamo su
grupo produce		atención





