



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**

**MUJERES TEJEDORAS DE CULTURA Y PENSAMIENTO ANDINO – MUTECPYA**

**RESGUARDO PASTOS DE MALES**

**2018**

<p><b>Etnia – Comunidad: Pastos de Males - Mutecypa</b></p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p>Crochet – Guanga – Telar</p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p><b>22/010/2018</b></p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Tejeduría</p>		
<p><b>Líneas de producto</b></p>	<p>Línea de accesorios (Mochilas-Bolsos) Línea Home (contenedores-cojines-pie de cama-camino de mesa) Línea Moda (Bufandas-Ruanas-Chalinas)</p>		
<p><b>Departamento</b></p>	<p><b>Cauca</b></p>	<p><b>Municipio</b></p>	<p>Silvia</p>
<p><b>Asesor(a)</b></p>	<p><b>María Camila Diez</b></p>	<p><b>Contacto</b></p>	<p>3117308318</p>
<p><b>Técnico de la comunidad</b></p>	<p><b>Claudia Ramirez</b></p>	<p><b>Contacto</b></p>	<p>3104338510</p>



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

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



## DIAGNOSTICO COMERCIAL

El grupo artesanal MUJERES TEJEDORAS DE CULTURA DE PENSAMIENTO ANDINO MUTECPYA, está conformado desde hace aproximadamente 15 años, y es beneficiario desde el 2017 del “Programa de fortalecimiento productivo y empresarial para pueblos indígenas y comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras-narp en Colombia” del Ministerio en alianza con Artesanías de Colombia.

El grupo artesanal tiene participación en el mercado local, todos los domingos salen al parque principal a comercializar sus productos, los resultados en ventas son muy variados, sin embargo exponen que en promedio venden \$ 500.000 en cada domingo; De igual manera la artesana líder es reconocida en el pueblo por elaborar y comercializar artesanías, por lo que permanentemente se acercan clientes tanto locales como visitantes, hasta su casa donde ofrece los productos (ofrece los productos del grupo).

También participan en eventos locales invitados por la Alcaldía o por el Cabildo, como el Día del Campesino celebrado los días 9, 10 y 11 de Agosto; El cumpleaños del municipio celebrado el día 18 de Mayo; Carnaval de Negros y Blancos a principios de Enero.

Por otro lado, el grupo ha tenido participación a nivel nacional, durante el año 2018, a través de la asistencia en el Encuentro Regional de Economías Propias llevado a cabo en la ciudad de Pereira, invitados por Artesanías de Colombia, donde lograron una venta de \$ 1.758.000.

Los tipos de clientes que compran productos del grupo, han sido personas independientes para uso personal, aproximadamente el 70% de las ventas corresponde a visitante o turistas, y el otro 30% a clientes locales.

El grupo no cuenta con agenda de clientes, no tienen clientes fijos, ni han realizado ventas al por mayor; únicamente han firmado un contrato en mayo de 2018 con el Cabildo para la elaboración de 13 bolsos, los cuales ya fueron entregados.

Para el año 2018 el grupo tiene como proyecto participar en una feria artesanal que se va a llevar a cabo en la ciudad de Popayán en la casa de la moneda-centro de convenciones los días 15, 16 y 17 de Agosto, invitados por la Fundación Mundo Mujer; y están pendientes de confirmar participación en un evento en Ipiales.



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

[www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co) Email: [artesanias@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:artesanias@artesaniasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia





Se evidencio que el grupo cuenta con Red Social Facebook como herramienta de promoción de sus productos y de su comunidad, en la red social se pueden encontrar como: “Mujeres Tejedoras de Cultura y Pensamiento Andino – MUTECPA”, cuenta que se creó a principios del mes de Octubre de 2017 con el apoyo del Asesor Comercial del momento (Santiago Patiño), donde se cargo información e imágenes sobre el grupo artesano y productos, a demás se describe claramente las características (precios, material, significado, simbología) de los productos, y se encuentran datos de contacto.

Se revisó la red social y se evidencia que está muy completa, sin embargo la cuenta tuvo actividad desde el 20 de Octubre hasta el 28 de Noviembre de 2017 que se realizó la última publicación, desde esta fecha la red social no se ha vuelto a utilizar.



La comunidad no cuenta con catálogos de productos, tiene una gestión y control de materia prima; No maneja agenda de cliente.

La comunidad realiza un costeo aproximado de sus productos, y lo definen teniendo en cuenta su conocimiento y como el grupo lo dice “a ojo”, sin embargo no conocen el costo con precisión y no tiene tabla de costos ni de precios.





ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL	
Perfil del cliente	Comerciantes para compra al por mayor, para comercializar tanto a nivel nacional como internacional. Turistas que visitan la región, para uso personal. Tiendas especializadas en la distribución de artesanías. NOTA: No tienen clientes frecuentes.
<b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	<p>1. NIVEL LOCAL</p> <p>1.1. Resguardo de Males: El grupo artesanal elabora bolsos y ruanas para los miembros de la junta directiva del resguardo de Males.</p> <p>2. NIVEL NACIONAL</p> <p>Eventos y ferias artesanales nacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feria de exposición artesanal en Pasto / Enero</li> <li>• Semana santa el Popayán / Abril</li> <li>• Mercado nacional de artesanías en Popayán /Abril</li> <li>• Muestra artesanal manos de oro en Popayán / Abril</li> <li>• Feria nacional artesanal y folclórica en Barranquilla /Junio</li> <li>• Feria del Bordo en el Bordo/Junio</li> <li>• Feria Nacional artesanal en Montería/Junio</li> <li>• Feria artesanal y equina en Pitalito/Junio</li> <li>• Feria de artesanías y festival de la trova en Medellín/Agosto</li> <li>• Feria artesanal en Pasto/Agosto</li> <li>• Feria artesanal nacional en Chiquinquirá/Septiembre</li> <li>• Feria artesanal e industrial en Armenia/Septiembre</li> <li>• Feria artesanal regional de San Sebastián en Lorica/Octubre</li> <li>• Feria agropecuaria artesanal e industrial en Magangué/Noviembre</li> <li>• Feria nacional artesanal y equina en Pitalito/Noviembre</li> <li>• Expoartesanías en Bogotá/Diciembre</li> </ul>





	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feria artesanal del oriente antioqueño en rionegro/Diciembre</li> <li>• Feria nacional artesanal y folclórica en Barranquilla/Diciembre</li> </ul> <p>Feria artesanal en Villavicencio/Diciembre</p>
--	---

**Análisis de mercado externo**

¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	A nivel internacional, no han tenido participación ni posibles acercamientos.
--	---

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.
--	---

<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>El grupo no se encuentra formalizado legalmente, sin embargo se tiene un documentos de estatutos adelantado, revisado y aprobado por diferentes asesores, se está a la espera que el grupo decida presentarse a cámara de comercio.</p> <p>El grupo está conformado por 22 artesanos, de los cuales todos manejan la técnica del tejido; teniendo en cuenta lo anterior el nivel de producción mensual del grupo es de 40 mochilas, 4 ruanas, y 2 unidades de cada referencia.</p>
--	---

**Estrategia de diferenciación en producto**

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Captar la atención de clientes exclusivos con mayor nivel	Ofrecer los productos con diseños personalizados	Ofrecer a los clientes una amplia línea de productos, sin embargo el diseño se crear según los requerimientos y gustos del cliente





adquisitivo, que buscan diseños especiales		
<b>Estrategia de diferenciación en precio</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Reducir costos	Optimización de costos de materia prima	Preparar la materia prima, es decir, realizar el proceso desde el corte de 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.
<b>Estrategia de Fidelización de Clientes</b>		
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 <b>fuentes de ideas</b> 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.
<b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
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.
Stand en la vía panamericana	Comercializar los productos en una de las principales vías del país	La artesana líder se encuentra gestionando un espacio sobre la vía panamericana donde pueda exponer los productos del grupo artesanal. La panamericana es la vía más importante





		del Sur del País, es el paso obligado para llegar a la frontera con Ecuador.
Centro comercial gran plaza Ipiales	Comercializar productos en el centro comercial gran plaza Ipiales	Gestionar con la administración del centro comercial un espacio para comercializar los productos.
<i>Nota</i>	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	
<b>Estrategia de diferenciación en promoción</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Ser una herramienta de recordación al cliente.  Permite mostrar y describir todos los productos que el grupo produce	Catalogo de productos	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

