



PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS INDIGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS, AFROCOLOMBIANAS, KAIZALES Y PALENQUERAS- NARF 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 MEJORA

Resguardo Pastos de Males Mujeres Tejedoras de Cultura y Pensamiento Andino- NARIÑO- CÓRDOBA

Comunidad:	Resguardo Pastos de Males Mujeres Tejedoras de Cultura y Pensamiento Andino- NARIÑO- CÓRDOBA	
Desarrollo Humano:	ALEJANDRA CARDENAS	
Profesionales:	Diseño y Producción:	ANGELA GALINDO
Comercial:		

Planes de mejora definidos con la comunidad a partir del diagnóstico diferencial para fomentar el fortalecimiento productivo y empresarial en toda la cadena de valor.

EJECUCIÓN		EVALUACIÓN					
Componente	Oficio/Técnica	Situaciones identificadas	Actividades	Objetivo(s) (Que se quiere alcanzar)	Encargado	Resultados	Proyecciones
DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS ÉNFASIS RESCATE		Se debe implementar mejora en la parte de diversificación de líneas de productos para así aprovechar la técnica de Guanga y la de primavera.	Taller de co- diseño para desarrollo de dos líneas de producto. Conformar con las técnicas de primavera y Guanga con lampazo	Diseñar dos nuevas líneas de producto teniendo en cuenta las propuestas de la comunidad artesanal y ampliar el portafolio de productos de la comunidad	Asesor de diseño y producción	Se lograron conseguir 2 líneas de productos que fortalecen el trabajo en guanga , y marcan un punto diferenciador en las etnia de los Pastos	Diversificación de productos , se crea una nueva puerta en diseño para el comercio
		En la vigencia anterior, se implementaron talleres de composición gráfica. El tema ha de ser potencializado ya que de ello depende la diversificación de la línea de productos y la forma en que se cohesionan en el mercado objetivo	Talleres de composición de simbología	Extraer mayor posibilidad en el manejo de la simbología de los Pastos, y dar a entender para posibles innovaciones autónomas de la comunidad.	Asesor de diseño y producción	Reconocimiento de la simbología en cada una de las líneas diseñadas	Manteniendo la técnica se genera posibilidades innovadoras de producción
		Existe una dificultad en la proposición respecto al manejo del color	Taller teoría del color, taller de comprensión de tendencias y establecer las paletas que más han salido en el mercado	Desarrolla paletas en conjunto con la comunidad para que sean tenidas en cuenta en el momento de la producción y facilite los procesos.	Asesor de diseño y producción	Las paletas de color se desarrollaron en los talleres de codiseño y se insistió en el rescate del colores ancestrales	Diversificaciones en las paletas de color con respaldo histórico para futuras colecciones
FORTALECIMIENTO DE LOS OFICIOS Y/O TÉCNICAS ARTESANALES		Los oficios potencializados por la comunidad en la vigencia anterior no tuvieron en cuenta el manejo de la técnica de lkait, se propone hacer aprovechamiento de los mismos para evitar su pérdida, motivando el proceso con la creación de línea de producto.	Afianzar la transmisión de saberes al interior del grupo, tomando y explorando nuevos referentes que permitan nutrir los saberes del grupo.	Taller de Transmisión de saberes : Actividad de Transmisión de saberes con el Taita Nilson Chapuel.	Asesor de diseño y producción y asesor socio organizativo	La línea de moda tiene su sustento en la técnica del lampazo , motivando a las artesanas a conservarlo y a ser el punto diferenciador del grupo	Trabajo en nuevas líneas de productos
		Se podrá nuevamente implementar el desarrollo de productos con aplicación de tintes naturales como forma de incrementar el valor agregado y la historia detrás del objeto.	Taller de tintes naturales	Re establecer las técnicas de tintura en plantas y demás tintes de origen natural como proceso de rescate.	Asesor de diseño	Se realizó un taller de codiseño donde se consiguió que las artesanas se interesen en la búsqueda de nuevas posibilidades para darle color a lana	La fusión de la técnica del lampazo y los talleres de tintes naturales hacen que el producto se integre y le de un valor agregado con respecto a la tradición
		Con el ánimo de generar nuevas líneas de producto se han de establecer determinantes de calidad y tamaño, para cada uno de los productos propuestos.	Taller de estándares de calidad en acabados y remates. Selección de producto. por medio de la implementación de moldes en la comunidad para cada una de las beneficiarias	Establecer con el grupo los estándares de calidad de sus productos, así como instrumentos prácticos(moldes), que permiten facilidad en su manejo.	Asesor de diseño y producción	Mediante los talleres se consiguió incrementar la calidad de los productos	Seguimiento en las líneas de producto de los determinantes de calidad aplicado en producción
		Los procesos de implementación productiva se están generando con grupos de estudiantes de las veredas. En la actualidad aun no se maneja una aproximación a integrar dichos artesanos a la producción de las artesanas del Resguardo de Males.	Taller de integración y posibilidades de producción teniendo en cuenta el grupo de beneficiarios sobre quienes se han generado los talleres de transmisión	Lograr establecer a mediano plazo la capacidad productiva de la comunidad de Córdoba con las implementaciones realizadas en la vigencia 2017 y 2018	Asesor de diseño y producción	Se logró integrar a la comunidad a la producción de las líneas en zona	los talleres de transmisión ayudan a que no se pierda la tradición y que más personas se integren al proceso
		En la vigencia anterior se generó un implemento productivo de telares de guanga, aun no se ha generado una actualización en proceso de implementación	Hacer revisión general del aumento de productividad respecto a la integración de estas nuevas herramientas	Lograr establecer a mediano plazo la capacidad productiva de la comunidad de Córdoba con las implementaciones realizadas en la vigencia 2017 y 2018	Asesor de diseño y producción	El aumento de la productividad no solo se da en calidad sino en diversificación de producto	Incremento capacidad productiva
		La Artesana Claudia Ramirez funge como técnica en zona en el año 2017, en la vigencia se desarrollaron talleres de responsabilidad en roles. para la vigencia 2018, se espera que sean absolutamente claras las acciones y que se implemente el organigrama, donde cada cual asuma y se responsabilice por su área.	Evaluar las actividades de los roles asumidos por los beneficiarios en vigencia anterior y hacer los cambios o ajustes necesarios.	Taller de afianzamiento productivo con división de tareas y responsabilidades. mesa de dialogo, ilustración elaborada por el grupo que permita evaluar cada paso del proceso productivo e historia, para con ello aterrizar las metas y sus posibles estrategias.	Asesor socio-organizativo	El grupo reorganiza los comités, especialmente a la hora de hacer curaduría	El grupo se compromete a mejorar la comunicación y darle más importancia a la formación humana, ya que es vital para el buen funcionamiento de las relaciones a nivel grupal
DESARROLLO SOCIO ORGANIZATIVO		Es indispensable conformar el comité de calidad y estandarización , ya que resulta mas fácil que las artesanas entre ellas, vayan evaluando el proceso y no hacer devolución por cuestiones de calidad.	Verificar el funcionamiento de los comités establecidos, hacer énfasis en el comité de calidad.	Taller de afianzamiento productivo con división de tareas y responsabilidades. Dinámica de la flor para promover la transmisión de saberes al interior del grupo. Revisión de comités, rendición de cuentas aterrizar las metas y sus posibles estrategia	Asesor socio-organizativo	Se reconoce la buena labor de la líder artesana, se genera una estrategia de recolección de fondos y la dinámica de transmisión de saberes se hace de manera oportuna	Nutrir el fondo y administrar bien los recursos. La rendición de cuentas que había organizado el tesorero era sobre la cuota que ha y no han pagado las integrantes, no sobre la gestión de la líder artesana.
		En la comunidad aun se encuentran oficios y técnicas para rescate, tales como el lampazo, los tintes naturales.	motivar al grupo a realizar proyecciones interinstitucionales para que tenga continuidad al finalizar el periodo de acción del programa	Taller de gestión interinstitucional.Mesa de diálogo, carta al gobernador de Males. Pautas para que se unan a la federación de artesanos de Colombia.	Asesor socio-organizativo	El grupo quiere seguir funcionando y hay encontrado rutas para la acción. Se sugiere más acompañamiento a la líder artesana.	Trabajar en la continuidad del grupo. El grupo tiene dificultades para generar liderazgos nuevos, y hay compromiso de algunas.
		La comunidad en la actualidad, se encuentra en el último año de vigencia con el programa Convenio 285. Teniendo en cuenta que han de iniciar procesos de autogestión. Es de la mayor importancia generar conciencia y acciones clara a seguir en la búsqueda de recursos, proyectos o demás requerimientos indispensables para la pervivencia del grupo.	Taller de gestión interinstitucional. Mesa de diálogo, carta al gobernador de Males. Pautas para que se unan a la federación de artesanos de Colombia	motivar al grupo a realizar proyecciones interinstitucionales para que tenga continuidad al finalizar el periodo de acción del programa	Asesor socio-organizativo		
		Los productos de las líneas a desarrollar en la vigencia actual, se han de calcular tanto en el costo prototipo, como en precio de venta final.	Taller de costos, taller de políticas de precios. Proyección de Costos de Prototipo a producción	Establecer costos y políticas de precios y negociación tanto local, regional y/o nacional.	Asesor comercial	Se dicta el taller de costos donde se describió el proceso productivo, y los requerimientos de fabricación (Materia prima, Insumos, Mano de obra, herramientas, maquinaria, entre otros), se identifico la línea de productos, sin embargo en este primer taller de costos no se logro llegar a un consenso con las artesanas.	Durante los eventos comerciales invitados (Bogota), dar cumplimiento con la tabla de precios entregada.

EJECUCIÓN					EVALUACIÓN		
Componente	Oficio/Técnica	Situaciones identificadas	Actividades	Objetivo(s) (Que se quiere alcanzar)	Encargado	Resultados	Proyecciones
COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO		Iniciar la estrategia de posicionamiento de marca y diferenciación con demas comunidades Los Pastos	Guia de Posicionamiento de marca , características de marca	Iniciar en la planeación y la puesta en marcha en lo que respecta a la campaña de reconocimiento	Asesor Comercial	Se dan a conocer los pasos a seguir para el registro de marca, se realiza la consulta del nombre, sin embargo hubo problemas en radicar la marca de "Guanga" por ser una técnica, utilizada por varias comunidades a nivel nacional, y no se puede adueñar del nombre, con el área de diseño se planteo que en el año 2019 se puede trabajar en este punto desde el inicio y Crear conciencia sobre la importancia respecto al registro de marca	con el área de diseño se planteo que en el año 2019 se puede trabajar en este punto desde el inicio y Crear conciencia sobre la importancia respecto al registro de marca.
		Generalmente para establecer costos de los productos, no se han tenido en cuenta, los referentes de los productos de similares condiciones en las comunidades	Taller estudio de la Competencia	Hacer conciencia respecto a la competencia y los precios de venta para medir el desempeño de los productos de la comunidad	Asesor comercial	Se les aplico el taller de habilidades en ventas, para reforzar sus destrezas y la forma de vender su producto, se tocaron los siguientes temas: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son las ventas? • Tipos de clientes • Como construir el discurso de ventas • Cierre de oportunidad, siempre concluir • 2 Actividades practicas -Actividad practica 1: Se desarrollo una actividad práctica, la cual consta en que un asistente será el "vendedor" y otro asistente será el "Cliente" asignándole una tipología de clientes (tímido, soberbio, hablador...), pero el "vendedor" no sabe que tipología de cliente se le asigno. El objetivo del ejercicio es analizar y evaluar la reacción del "vendedor" frente al tipo de cliente, y de esta manera establecer acciones de mejora, estrategias y consejos para tratar con los clientes. -Actividad practica 2: Para fomentar la imaginación y a su vez las habilidades en ventas, se dividió al grupo en 4 subgrupos, a los cuales se les hizo entrega de unos materiales limitados, donde se les pidió que desarrollaran un producto propio de la región que ellos no elaboraran pero siempre hayan querido realizar; a través de la realización del producto definieron: Nombre del producto, Beneficios del producto, Significado e historia del producto, precio de venta del producto y redactar el discurso de ventas. Cuando terminaron de desarrollar el producto, nos dirigimos a la carretera donde debían ofrecer el producto a los transeúntes, de esta manera los artesanos experimentaron una venta, lo que promueve que vayan ganando experiencia.	Aplicar las tecnicas aprendidas en los proximos eventos comerciales.
		En la vigencia anterior se implementaron los planes de mercadeo en cada una de las comunidades	Evaluación de Plan de Mercadeo	Determinar los factores positivos o negativos del plan de mercadeo y evaluar el impacto	Asesor comercial	Se desarrolla el taller de redes sociales como estrategia de ventas, y se explica el manejo básico de la red social facebook: publicaciones, buscar amigos, mensajería, actualizar información, entre otras. Se actualiza la información de contacto y se realizan las siguientes publicaciones: -1 video del grupo y comunidad -1 publicación bolso el guanga -1 publicación de 15 mochilas simbólicas -1 publicación de una mochila de sol de pastos -1 publicación de 3 ruanas en lana natural -1 publicación del grupo participando de evento comercial en Bucaramanga Se hace entrega en memoria USB de 55 fotos tomadas a los productos, para su gestión y publicación. COMPROMISOS: 1. Cada que un artesano termine un producto debe enviar foto al señor Fausto encargado de la red social, para su publicación y comercialización. 2. Si el grupo realiza actividades comerciales, representativas o simbólicas, deben tomar registro fotográfico para su publicación. 3. Se debe hacer mínimo 1 publicación por semana. 4. Se debe revisar la mensajería por lo menos una vez a la semana.	Al finalizar el año 2018, el grupo impacte por lo menos a 20 nuevos clientes potenciales, entre tiendas especializadas, exportadores, clientes directos.
		La comunidad en la actualidad no lleva a cabo el procesos de contratación de clientes potenciales.Lo cual limita sus ventas únicamente a ser las directa en eventos comerciales.	Taller de contactación de clientes	Establecer actividades concretas para el registro de producto elaborado y de almacenamiento de materias primas.	Asesor comercial	Se desarrollo el taller de agenda de clientes, donde se realizo seguimiento a las ventas realizadas durante la vigencia 2018. Se anexa formato de seguimiento de ventas	Hacer seguimiento el 15 de Diciembre de 2018