



GOBIERNO DEL  
ESTADO DE MÉXICO



EDOMÉX  
DECISIONES FIRMES, RESULTADOS FUERTES.



CREATIE  
MEXIQUENSE

# BIENVENIDOS

## Capacitación Segunda reunión pública

Este Programa es apoyado con recursos del FNE. #ConstruyamosHistoriasDeÉxito [www.creatiemexiquense.com.mx](http://www.creatiemexiquense.com.mx)



# AGENDA DE LA REUNIÓN

- Objetivo general y plan de trabajo
- Cambios y tendencias
- ¿Cómo competir mejor?
- Casos de referencia
- Nuevos roles de la cadena
- Próximos Pasos





# AGENDA DE LA REUNIÓN

- ⇒ **Objetivo general y plan de trabajo**
- ⇒ Cambios y tendencias
- ⇒ ¿Cómo competir mejor?
- ⇒ Casos de referencia
- ⇒ Nuevos roles de la cadena
- ⇒ Próximos Pasos





# OBJETIVO GENERAL

**QUE LE VAYA MEJOR AL ARTESANO MEXIQUENSE**



# OBJETIVO GENERAL

REFORZAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES DEL SECTOR ARTESANAL QUE LES PERMITA COMPETIR DE MEJOR MANERA EN EL MERCADO MEDIANTE LA REVISIÓN Y VALORACIÓN DE LA CADENA DE VALOR ACTUAL Y FUTURA.



# OBJETIVO DEL PROYECTO

Reforzar la competitividad de artesanos del Estado de México

## • ¿Cómo se refuerza la competitividad?



### Acción estratégica

- Lograr que cada actor, de manera individual, innove y mejore de forma continua para satisfacer las necesidades de sus clientes actuales y futuros.



### Entorno

- Favorecer y estimular el desarrollo del sector, a través de la innovación y mejora continua.



# OBJETIVO DEL PROYECTO

Reforzar la competitividad de artesanos del Estado de México

- **¿Cómo se refuerza la competitividad?**

**Estrategia  
Adecuada**



# OBJETIVO DEL PROYECTO

Reforzar la competitividad de artesanos del Estado de México

- ¿Cómo se refuerza la competitividad?







# OBJETIVO DEL PROYECTO

Reforzar la competitividad de artesanos del Estado de México

## Estrategia empresarial

Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro

## Entorno

Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas



# OBJETIVO DEL PROYECTO

Reforzar la competitividad de artesanos del Estado de México

## Estrategia empresarial

Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro

## Entorno

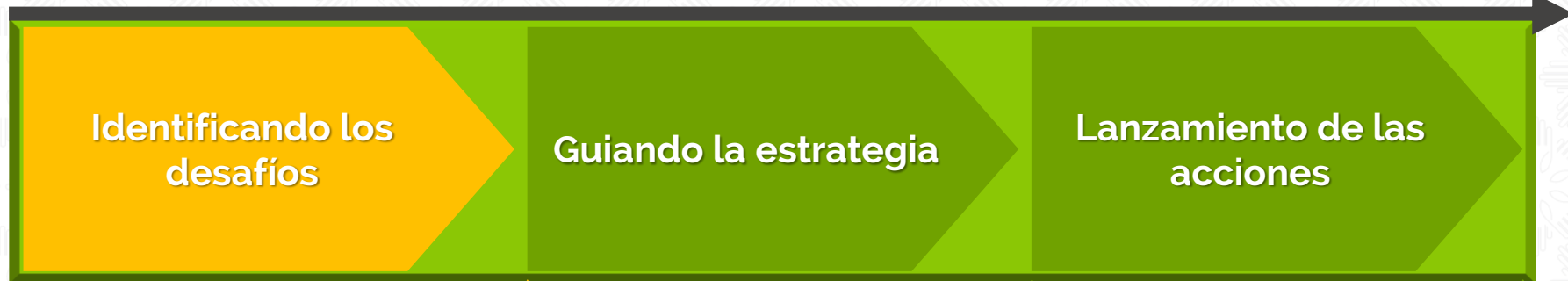
Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas

**El proyecto tiene un objetivo práctico:  
generar una dinámica de cambio y evolución empresarial.**



# PLAN DE TRABAJO

TRES MESES



1ª reunión pública  
26/02/2019

- Entrevistas con empresas e instituciones.
- Análisis de documentos y trabajos previos.

2. Mesas de Trabajo  
7/03/2019

- Entrevistas compradores.
- Referencias Nacionales e Internacionales.
- Grupo de reflexión Mesas de Trabajo

3ª reunión  
28/03/2019

- Lanzamiento de acciones



# PLAN DE TRABAJO

Fases y principales actividades



Tras 3 meses intensivos de trabajo conjunto se ponen en marcha las acciones de mejora.



# AGENDA DE LA REUNIÓN

- Objetivo general y plan de trabajo
- Cambios y tendencias
- ¿Cómo competir mejor?
- Casos de referencia
- Nuevos roles de la cadena
- Próximos Pasos





# CAMBIOS Y TENDENCIAS

El comprador de artesanías

Motivaciones

TIC's



# CAMBIOS Y TENDENCIAS

El comprador de artesanías

## Motivaciones

La CALIDAD ya no es un diferenciador, la pureza de la plata es importante si pero ya observa otros factores.

Busca comprar productos artesanales ORIGINALES, Auténticos. (Exclusivos o personalizados). Productos únicos. Diseño .

Expresa el Hecho a mano como una forma de saber que viste una prenda o usa una artesanía única.

Productos con causa social



# CAMBIOS Y TENDENCIAS

El comprador de artesanías



Producción masiva vs producción diferenciada prefiere esta última

Compra ediciones limitadas

Visita destinos turísticos, vive experiencias memorables en los destinos con gente local ya sean lugareños o artesanos

Sigue comprando la artesanía (joya o textil) como un regalo o una prenda útil.

Materiales naturales





# CAMBIOS Y TENDENCIAS

El comprador de artesanías



TIC's

Compra en internet

Se inspira en las redes sociales

Busca información de la artesanía, del artesano, de la historia de los productos a través de videos y cápsulas informativas

Se retroalimenta en internet

# El nuevo turista en México. TIC's

Más de 54 millones de internautas

5hrs y 36 min → tiempo promedio conexión

La mitad se conecta a través de su smartphone



64% busca información

77% utiliza redes sociales



1 de cada 3 compras en internet reservó algún producto turístico



Fuente: Asociación Mexicana de Internet (2014)



# AGENDA DE LA REUNIÓN

- Objetivo general y plan de trabajo
- Cambios y tendencias
- ¿Cómo competir mejor?
- Casos de referencia
- Nuevos roles de la cadena
- Próximos Pasos





# CÓMO COMPETIR MEJOR



## ESTRATEGIA

Producto originales y auténticos que transmitan una historia



# CÓMO COMPETIR MEJOR

## ESTRATEGIA

Producto originales y auténticos que transmitan una historia



# AGENDA

- 👁️ RECORDATORIO OBJETIVO GENERAL Y PLAN DE TRABAJO
- 👁️ CAMBIOS Y TENDENCIAS
- 👁️ ¿CÓMO COMPETIR MEJOR?
- 👁️ **CASOS DE REFERENCIA**
- 👁️ NUEVOS ROLES EN LA CADENA
- 👁️ PRÓXIMOS PASOS




El comercio electrónico es un nicho de negocio que crece inexorablemente. En lo que hace a joyería hay casos que lo comprueban como el de Amore Mio, de David Esquenazi, quien desde el Centro Joyero Madero, en el corazón de la capital del país, construyó un esquema de negocio que no obstante de tener sucursales físicas en Ciudad de México y Guadalajara, se apoyó en una agresiva estrategia *online* a través de la cual vende y hace contacto con los clientes que buscan diferentes artículos, como anillos de compromiso.






 Comunidad de santa Rosa de Lima, Oaxaca.

 90% de la comunidad se dedica a los telares.

 Damnificadas del Sismo del 2017, dejaron de vender.

 Reciben Donativos para promover sus productos en línea **CONTANDO SU HISTORIA** después del terremoto.

## Bordadoras del Istmo se estrenan como dueñas de una tienda por internet

● Gracias a donativos, han logrado reactivar su oficio tras el terremoto; con la plataforma web, buscan contrarrestar a los intermediarios







## Comentarios de usuarios que visualizaron el artículo en línea



**Eva UO**

Holá buenas tardes me interesa saber en cuanto tiempo y costo de un vestido para quinceañera

Me gusta · Responder · 3 s



**Isa Munguía**

Como les puede uno comprar?

Me gusta · Responder · 3 s



**Carmen Valle**

¿Y por qué no ponen la liga para comprarles?

Me gusta · Responder · 3 · 3 s



**Gaby Bush**

Y el link?

Me gusta · Responder · 3 s



**Celia Higareda**

Cual es la página para comprar?!?!

Me gusta · Responder · 2 d



**Nidia Minerva Medina Gomez**

Cuál es la dirección de la página?

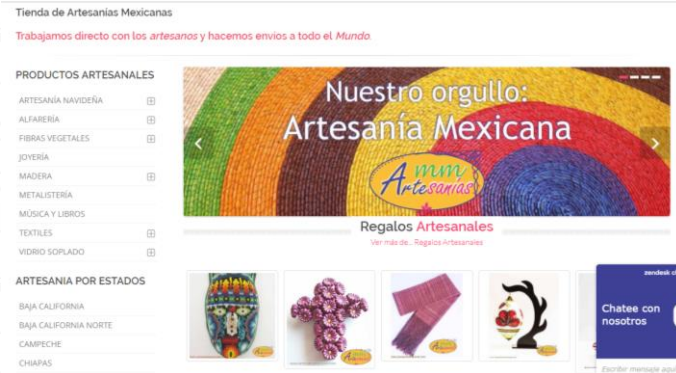


502 mdd en  
México

490 mdd  
Mercado Libre



# TIENDAS EN LÍNEA



- 25 a 200 artesanías por mes
- De 15 a 200 mil pesos mensuales solo en línea



## Venta en línea



artesanías de colombia

Noticias

Sector ▾

Ventas ▾

Ferias y Eventos ▾

Programas ▾

Laboratorios de Innovación ▾

Servicios en línea ▾

Ingresar

Buscar



Brazaletes en mopa mopa/ Mopa mopa bracelet



Abrecartas Carnaval



Aguamanil Carmen de Viboral





## VISITANTES POR MES

TOP 10 PROPIEDADES, RETAIL, POBLACIÓN DIGITAL TOTAL, VISITANTES ÚNICOS (MILES)		SEP-2016	SEP-2017	JUL-2018
<b>AUDIENCIA TOTAL DE INTERNET</b>		61,846	62,868	65,838
<b>RETAIL</b>		39,361	40,490	56,404
<b>1</b>	<b>MERCADOLIBRE</b>	18,120	16,729	26,817
<b>2</b>	<b>AMAZON SITES</b>	7,173	7,477	13,548
<b>3</b>	<b>EBAY</b>	5,516	6,687	8,583
<b>4</b>	<b>WALMART</b>	6,028	7,004	7,981
<b>5</b>	<b>WISH.COM</b>	2,946	2,054	7,568
<b>6</b>	<b>SAMSUNG GROUP</b>	4,392	3,808	7,008
<b>7</b>	<b>COPPEL.COM</b>	2,288	2,104	5,407
<b>8</b>	<b>ALIBABA.COM CORPORATION</b>	6,285	3,867	4,797
<b>9</b>	<b>SHEIN.COM.MX</b>	N/A	N/A	4,205
<b>10</b>	<b>APPLE.COM WORLDWIDE SITES</b>	4,622	3,382	3,955

FUENTE: comScore MMX Multi-Platform, México, sep 2016 a julio 2018. Desktop 6+, Móvil 18+



# amazon handmade

## Beneficios para Artesanos

Cuando vendes en Amazon, es más fácil encontrar y comprar tus productos.



### Cero Costos de Entrada

Hemos eliminado la cuota mensual de la cuenta profesional; paga solo cuando haces una venta. Nuestra tarifa del 10% incluye procesamiento de pagos, marketing, soporte al vendedor y protección contra fraudes.



### Logística de Amazon

Deja que Amazon envíe tus pedidos al cliente mientras te enfocas en la creación de tus productos. Obtén una insignia de Prime en tus productos listados. Conoce más [aquí](#).



### Vende Solo con Invitación

Con nuestro proceso de aplicación aseguramos que solo Artesanos y Creadores vendan productos hechos a mano en Amazon Handmade.



### Productos Personalizados

Dale la oportunidad a tus clientes de personalizar tus productos y crea piezas únicas.



### Vende a Través de Norteamérica

Vende en los 3 mercados norteamericanos de Amazon y maneja todo desde un solo lugar.



### Cuenta tu Historia

Crema tu perfil de Artesano con una URL dedicada. Comparte tu historia, muestra tu trabajo y conéctate



## La importancia de la etiqueta o el empaque





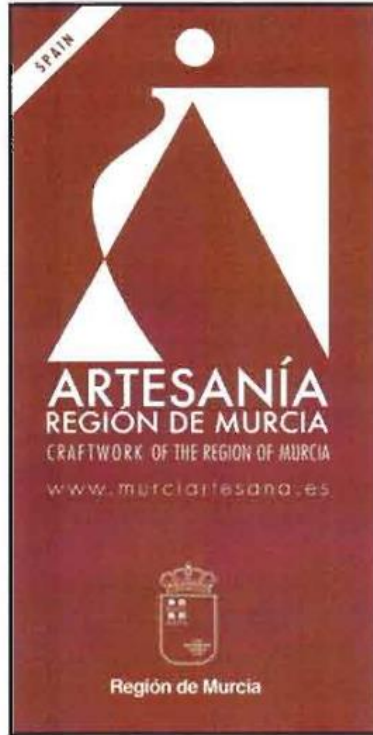
**Garantía:**  
Garantizamos que este producto ha sido elaborado por un artesano inscrito en el Registro Oficial de Artesanos de la Región de Murcia (España) mediante un proceso en el que la intervención personal constituye un factor predominante, dando como resultado un producto final individualizado no susceptible de una producción industrial totalmente mecanizada o en grandes series.

**Guarantee:**  
We guarantee that this product has been made by an artisan registered in the Official Craftsmen Register of the Region of Murcia (Spain). It has been crafted predominantly by his personalised intervention, resulting in an individualized final product that is susceptible to neither industrial manufacture nor to mass production.

Artisano

Nº de Registro Artesano

Información Comercial y del Producto



Gobierno garantiza que se adquiere un producto único y auténtico

Nombre del artesano, número de registro del artesano, Número de artesanía que adquiere.

Información general del producto.



  
COMUNIDAD AUTÓNOMA  
DE LA REGIÓN DE MURCIA  
Consejería de Economía, Empresa e Innovación

## CARTA DE MAESTRO ARTESANO

QUE ES CONCEDIDA

A.....  
CON D.N.I. N.º ..... Y DOMICILIO  
EN RECONOCIMIENTO AL OFICIO EN VÍA DE EXTINCIÓN DE  
.....  
Nº DE REGISTRO.....  
MURCIA, ..... DE ..... DE .....

 **ARTESANÍA**  
REGIÓN DE MURCIA

LA CONSEJERA DE ECONOMÍA, EMPRESA E INNOVACIÓN

Fdo: Inmaculada García Martínez





## DERECHOS DE AUTOR

# Se roban extranjeros artesanías mexiquenses y las patentan

Urgen a asesorar a artesanos y ayudarlos a mejorar creaciones



Por Violeta Huerta

Toluca, México.- Los artesanos mexiquenses enfrentan problemas como la competencia de **productos extranjeros**, principalmente chinos que se venden a menor precio y los ponen en desventaja, pero también el hecho de que **algunos extranjeros se llevan los modelos de sus artesanías y los patentan**.

La directora de la facultad de Turismo de la UAEM, Elba Esther Vargas, planteó a los diputados locales la necesidad de **ayudar a la producción y comercialización de productos** y asesorar a los artesanos en temas de propiedad intelectual para que no se lleven sus creaciones.

Ad



## DERECHOS DE AUTOR





## ARTESANOS ALIANZA CON GRANDES MARCAS

“La marca Auténtica artesanía queretana es un sello de identidad, que rescata sus técnicas de manufactura ancestrales, mantiene sus materiales de elaboración y agrega estrategias comerciales, turísticas y de capacitación muy puntuales, para que su trabajo conquiste nuevos mercados nacionales e internacionales, con precios competitivos y mayores beneficios para sus familias”, expresó el mandatario en un comunicado.



LOCAL / VIERNES 3 DE AGOSTO DE 2018


# Artesanía “Auténtica” en Liverpool





## ALIANZA CON GRANDES DISEÑADORES

 Más de 100 puntos de venta

 Exponen artesanía textil para vestir





## TURISMO DE EXPERIENCIA ARTESANAL





## TURISMO DE EXPERIENCIA ARTESANAL

### Artesanía de inmersión, una experiencia para los turistas

*Por Sistema de Información Artesanías de Colombia - Siart*

### Artesanía de inmersión, una experiencia para los turistas

*Por Sistema de Información Artesanías de Colombia - Siart*





## TURISMO DE EXPERIENCIA ARTESANAL

El Caribe colombiano es una región llena de magia y alegría que cada año atrae a miles de turistas, quienes muy seguramente se han preguntado: ¿Cómo es la vida de un artesano? ¿De dónde sale la inspiración para sus creaciones? ¿Qué se necesita para construir alguno de estos objetos? Pues, en la costa atlántica todos los turistas tienen la oportunidad de vivir la experiencia de ser artesano por un día a través de 'Vive el Atlántico' y su ruta turística artesanal.

Una idea que inicialmente surgió bajo la potestad de Luisa María Pertuz y su padre Luis Pertuz, Maestro Artesano, con la idea de exhibir el trabajo que a diario realizan los artesanos, y que gracias a su innovadora metodología desde febrero de 2017 se convirtió en un proyecto llamativo e innovador apoyado por diversas entidades turísticas y la Gobernación del Atlántico.

Este proyecto, además de tener una fuerte carga de entretenimiento y nuevas experiencias para sus participantes, busca exhibir el trabajo que a diario realizan los artesanos y acercarlos de una manera alternativa a la idiosincrasia y cultura de los municipios que se visitan en el trayecto: **Galapa, Usiacuri y Baranoa.**







## CONTAR HISTORIAS



<https://youtu.be/K4Ui3GVbta4>



CONTAR HISTORIAS . LA FILIGRANA



Oaxaca

<https://www.youtube.com/watch?v=eaxgH4CQbk4>



# AGENDA DE LA REUNIÓN

- Objetivo general y plan de trabajo
- Cambios y tendencias
- ¿Cómo competir mejor?
- Casos de referencia
- Nuevos roles de la cadena
- Próximos Pasos





# CADENA DE VALOR ARTESANAL

## ENTORNO

Gobierno

ONG's

Academia

Entidades internacionales

Infraestructura

Financiación

Capacitadoras

Agentes de Promoción

Ferias y Eventos

Concursos

+ Entidades de apoyo a grupos indígenas

Insumos  
Proveedores

Materias primas

Mano de obra  
especializada

Maquinaria y Equipo

Otros insumos

Producción

ARTESANOS  
CREANDO  
ARTESANÍAS

GRUPOS DE  
ARTESANOS

COOPERATIVAS

Comercialización

Vendedores en la calle

Espacio en ferias artesanales o  
temáticas

On-Line

RECOMENDACIONES

Hoteles, Aeropuertos

Casas de arte federal, estatal,  
municipal - público y privadas

Intermediarios

Espacios públicos concesionados

Exportación

Redes sociales

Turismo nacional e internacional

Curadores de arte

CONSUMIDOR FINAL

## ACTIVIDADES TRANSVERSALES

Logística / transporte

Turismo - Operadores turísticos

Leyes de protección de propiedad, leyes artesanales

Operadores turísticos





EDOMÉX  
DECISIONES FIRMES, RESULTADOS FUERTES



# CADENA DE VALOR ARTESANAL



SECTUR  
SECRETARÍA DE TURISMO

H. AYUNTAMIENTO MUNICIPAL  
IXTAPAN  
2019 del AÑO 2021



Pro Mazahua



Mayoristas de la región. Epif.  
MP y maquinaria CDM



sumo  
veedor  
ias pr

- ABEL GARCÍA CRUZ
- ANA LILIA GONZALEZ GONZ
- AMELIA GONZÁLEZ PASTRAM
- SERGIO MONROY ORTEGA
- OMAR SINUE GARCIA TAPIA
- ROSALINDA BAILÓN BERNAL
- BEATRIZ MONDRAGÓN PAUL
- EVELIA FERRER GONZÁLEZ
- RASMOS ESTRADA VILCHIS
- ERIKA ESTRADA MORENO
- JUAN CARLOS GONZALEZ JUA
- MARIA DEL CARMEN RAMON
- OMAR ESTRADA RAMON
- SUSANA JULIO GARDUÑO
- MARIA CONTRERAS
- MARIA ALEJANDRA ESTRADA
- MARIA OLMOS ALANIZ

- CATALINA DOMÍNGUEZ REYES
- AGUSTÍN PINEDA ESCOBAR
- ROSALBA FLORENTINO CLEMENTE
- JOSE ANGEL TAPIA CRUZ
- FELIPE LOPEZ GONZÁLEZ
- FLAVIO TAPIA RUIZ
- ERASMO ESTRADA RAMON
- JOSE CONSTANCIO GARCIA CR
- MARTIN SANCHEZ CARRILLO
- ALMA ROSY SÁNCHEZ TAPIA
- JUAN JOSE GARCIA
- ELEAZAR GARCIA CRUZ
- NALLELY YATZARET GORDON
- MARÍA ISABEL SANCHEZ
- CECILIA GARCIA TOMAS
- NICOLAS GARCÍA RUIZ
- ISABEL GARCIA CRISO
- JOSE WILIBALDO
- ARACELI GONZALEZ
- JOSÉ POLO BARRERA
- MAXIMINO
- AURELIA BE



Segunda Feria  
Decembrina Artesanal  
y Gastronómica 2017  
del 18 al 28  
de diciembre  
Más que un evento  
de 1000 a 1500 personas





# ESTRATEGIA

Producto originales y auténticos que transmitan una historia



# CADENA DE VALOR ARTESANAL

## ETAPA 1

Insumos  
Proveedores

Materias primas

Mano de obra  
especializada

Maquinaria y Equipo

Otros insumos

## ESCENARIO ACTUAL

- POCAS COMPRA DE MATERIAS PRIMAS EN GRUPO
- POCA PRESENCIA EN ETIQUETAS Y LAS QUE HAY HABLAN POCO DEL DISEÑO AUTÉNTICO
- POCO ACERCAMIENTO CON PROVEEDORES PARA NEGOCIAR ESQUEMAS DE COMPRAS

## ESCENARIO IDEAL

- COMPRAS CONSOLIDADAS A TRAVÉS DE NEGOCIACIONES CON PROVEEDORES
- CONTAR CON ETIQUETAS QUE HABLEN DEL ARTESANO, LA ARTESANIA Y EL NÚMERO DE PRODUCTO AUTÉNTICO
- ACERCAMIENTO CON PROVEEDORES ACTUALES Y FUTUROS PARA ADQUIRIR MATERIA PRIMA



# CADENA DE VALOR ARTESANAL

## ETAPA 2

### Producción

ARTESANOS  
CREANDO  
ARTESANÍAS

GRUPOS DE  
ARTESANOS

COOPERATIVAS



## ESCENARIO ACTUAL

- EL ARTESANO NO VENDE LA HISTORIA DE SU PRODUCTO
- ARTESANOS RENUENTES A LA CAPACITACIÓN . DE 50 QUE INICIAN SOLO 5 CONCLUYEN.
- ARTESANOS CON POCAS ASESORIA FISCAL Y CONTABLE

## ESCENARIO IDEAL

- ARTESANO CAPACITADO EN BASE A CREACIÓN DE PRODUCTOS AUTÉNTICOS QUE CUENTEN UNA HISTORIA QUE ES LO QUE BUSCA EL CLIENTE.
- ARTESANOS TEXTILEROS, PLATEROS Y DE OCOXAL CAPACITADOS EN TEMA DE INTERES PARA ELLOS ALINEADO A UN OBJETIVO MAESTRO.
- MAYOR ARTICULACIÓN DE LOS ARTESANOS



# CADENA DE VALOR ARTESANAL

## ETAPA 3



### Comercialización

Vendedores en la calle

Intermediarios

Espacio en ferias artesanales o  
temáticas

Espacios públicos concesionados

On-Line

Exportación

RECOMENDACIONES

Redes sociales

Hoteles, Aeropuertos

Turismo nacional e internacional

Casas de arte federal, estatal,  
municipal - público y privadas

Centros joyeros





# CADENA DE VALOR ARTESANAL

## ETAPA 3



### ESCENARIO ACTUAL

- POCA VENTA COMO PRINCIPAL REALIDAD COMERCIAL
- NULA PROTECCIÓN SOBRE LA AUTENTICIDAD DE SUS CREACIONES y DISEÑOS.
- PARTICIPACIÓN EN FERIA SIN UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE VENTAS
- VENTAS SIN METAS COMO GRUPO NI DE FORMA INDIVIDUAL.
- POCA ALIANZA CON CADENAS COMERCIALES O MARCAS DE DISEÑADORAS
- POCOS ESFUERZOS DE VENTA EN LINEA
- NULA PRESENCIA EN REDES SOCIALES
- CASI NULA INTERACCIÓN TURISTICA – ARTESANAL EN LA ZONA

### ESCENARIO IDEAL

- ARTESANO CON CONOCIMIENTO DE VENTA EN BASE A CREACIÓN DE PRODUCTOS AUTÉNTICOS QUE CUENTEN UNA HISTORIA QUE ES LO QUE BUSCA EL CLIENTE.
- CONTAR CON HERRAMIENTAS DE VENTA PARA LAS FERIAS
- ARTESANOS CON METAS CUANTITATIVAS DE NÚMERO DE PRENDAS A VENDER POR AÑO
- ESQUEMAS DE ALIANZAS CON CADEMAS COMERCIALES Y DISEÑADORAS
- CONTAR CON UNA PLATAFORMAS DE PROMOCIÓN EN LINEA UNIFICADA
- CONTAR CON UNA TIENDA EN LINEA
- ARTESANOS CON GENERACIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES
- CONTAR CON UNA RUTA REAL EXPERIENCIAL PARA TURISTAS



COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN y DE NEGOCIACIÓN

COMITÉ DEL DISTINTIVO DE AUTENTICIDAD DE PRODUCTOR ORIGINAL MEXIQUENSE

COMITÉ DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PRODUCTIVAS



## COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN y DE NEGOCIACIÓN

### APRENDER A VENDER, TRANSMITIR LA ESCENCIA DEL PRODUCTO Y NEGOCIAR MESA. IDENTIDAD Y OPERACIÓN ARTESANAL

#### CREACIÓN DEL COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN.

Reunión con proveedores de materia prima, esquemas de negociación.

Calendario de reuniones con empresas de retail textil para conocer sus necesidades;

Calendario de reuniones con empresas de retail textil para conocer sus necesidades; Alianza con Alcea, Samborns.

Alianza con diseñadores para línea mazahua una vez registrados los diseños mazahuas, Ejemplo Pineda Covalini



## COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN y DE NEGOCIACIÓN

### APRENDER A VENDER, TRANSMITIR LA ESCENCIA DEL PRODUCTO Y NEGOCIAR MESA. IDENTIDAD Y OPERACIÓN ARTESANAL

Enlace con empresas para que obsequien en 15 de septiembre, regalos de navidad; Consejo coordinador empresarial.

Empresas en su política de ESR; Empresas grandes .... muuuuy grandes.

CREACIÓN DEL VIDEO HISTORIA DE LOS TEXTILES MAZAHUAS; Textileros ayudan con la historia / cosmogonía.

CREACIÓN DEL VIDEO HISTORIA DE LA PLATERIA MAZAHUA; Ayudan con la historia / cosmogonía.



## COMITÉ DE COMERCIALIZACIÓN y DE NEGOCIACIÓN

### APRENDER A VENDER, TRANSMITIR LA ESCENCIA DEL PRODUCTO Y NEGOCIAR MESA. IDENTIDAD Y OPERACIÓN ARTESANAL

Reunión con comité de ESR para conocer de que forma incidir con la iniciativa.  
Creación de la página de internet donde se ven sus productos, enlaces dedicados mediante cápsulas – videos de los artesanos;  
Página de Facebook e Instagram de la iniciativa ;  
Tienda de Facebook  
Tienda en kichin  
Uso de terminales punto de venta;



## COMITÉ DEL DISTINTIVO DE AUTENTICIDAD DE PRODUCTOR ORIGINAL MEXIQUENSE

### COMITÉ DEL DISTINTIVO DE AUTENTICIDAD DE PRODUCTOR ORIGINAL MEXIQUENSE

Se integra junto con la academia y actores públicos.

Definición de metodología

Generación de distintivo de autenticidad



## COMITÉ DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PRODUCTIVAS

- Capacitación especializada para plateros;
- Capacitación especializada para textileros;
- Capacitación especializada para Ocoxal;
- Capacitación para todos como vender historias a través de sus productos;
- Capacitación administración – temas fiscales;
- Acercar programa de micro créditos del GEM
- Enlace para ferias, espacio para la iniciativa. Karla nos invita.



## COMITÉ DEL DISTINTIVO DE AUTENTICIDAD DE PRODUCTOR ORIGINAL MEXIQUENSE

### COMITÉ DE NEGOCIACIONES.

Reunión con proveedores de MP o de equipo.

Integrar proyectos productivos verticales para fortalecimiento de la cadena de corte y confección





# AGENDA DE LA REUNIÓN

- Objetivo general y plan de trabajo
- Cambios y tendencias
- ¿Cómo competir mejor?
- Casos de referencia
- Nuevos roles de la cadena
- Próximos Pasos





# PRÓXIMOS PASOS

PRÓXIMA REUNIÓN PÚBLICA  
28 DE MARZO

Calendarización de las acciones /

Quien integrará los comités??

# GRACIAS

**SEDECO**  
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

**IME**  
INSTITUTO MEXIQUENSE DEL  
EMPRENDEDOR

**EDOMÉX**  
DECISIONES FIRMES, RESULTADOS FUERTES.



55.1474.3680