

## Inteligencia de Mercados – notas para la ponencia -08-06-06

Analizada la artesanía colombiana en un contexto de economías globalizadas e interdependientes, se tiene claro que:

- 1- La artesanía no es un producto de primera necesidad, tiene carácter supérfluo
- 2- La competencia que se enfrenta es fuerte, especialmente con países asiáticos y africanos
- 3- No es posible competir con precios, por múltiples razones
- 4- No se produce en volumen, sólo en baja escala
- 5- No son productos para grandes superficies

En consecuencia, nuestra estrategia a nivel nacional e internacional se orienta a:

- 1- Un nicho con capacidad adquisitiva, que aprecia la diversidad cultural y las expresiones de la identidad de los pueblos, que prefiere la exclusividad y la diferenciación
- 2- Contar una historia detrás de la artesanía relacionada con su valor cultura y con la elaboración a mano por personas de características muy especiales: principalmente indígenas, afrocolombianos, campesinos .....
- 3- Énfasis en calidad, diseño e innovación permanentes, así como en innovación tecnológica, manteniendo fidelidad a los valores culturales
- 4- Buscar diversificación y nuevas aplicaciones del producto artesanal para lo cual se hacen estudios e investigación en asocio con otras instituciones
- 5- Segmentar el mercado de acuerdo con las especificidades de los nichos a los cuales se quiere llegar

Inteligencia de mercados. Cómo lo hacemos

- 1- Exploración permanente, a nivel internacional, sobre modas y tendencias, para mantener enterados a nuestros diseñadores y a los artesanos. Esto se hace a través de acciones de capacitación permanente, del sistema de Información para la artesanía – SIART y de un centro de documentación actualizado que cuenta con las más recientes revistas sobre diseño, tendencias, técnicas, etc...
- 2- Concurso nacional e internacional de diseño realizado cada año, con participación cada vez de cerca de 300 diseñadores establecidos en Europa, que nos retroalimentan sobre las tendencias y contribuyen a la innovación; y participación de cerca de xxx diseñadores colombianos que igualmente aportan a la innovación .....
- 3- Evaluación de los resultados de las ferias artesanales que realizamos, sobre las ventas y reacción de los compradores nacionales e internacionales
- 4- Participación en eventos internacionales, conferencias, – show rooms, ferias artesanales, de regalos de decoración y otros escenarios propicios
- 5- Retroalimentación desde nuestra franquicia en N.Y. y de los clientes internacionales que se tienen
- 6- Sería deseable contar con estudios de mercado a nivel internacional, pero no se cuenta con recursos para asumirlos

Estrategias de comercialización

- 1- Ferias artesanales dirigidas al público nacional y a compradores extranjeros que son invitados especialmente a Expoartesanías, por Proexport, Cámara de Comercio y por la Empresa

- 2- Almacenes: tres puntos de venta en Bogotá y uno en Cartagena
- 3- Franquicia en N.Y. y contratos de corretaje
- 4- Fomento a la comercialización pionera
- 5- Servicio de apoyo para exportación
- 6- Concurso de Diseño que permite dar a conocer la Empresa, su quehacer y el producto de los artesanos
- 7- Pasarela “Identidad Colombia” presente en Colombiamoda-Medellín y en la Semana de la Moda en Milán
- 8- Tienda virtual a través de la página web de la Empresa
- 9- Representante en Italia con sede en la Embajada de Colombia, responsable de hacer un monitoreo permanente sobre tendencias y demandas del mercado, buscar mercados y otras oportunidades
- 10- Publicaciones sobre la artesanía colombiana

Papel de la Cooperación internacional para aportar a la inteligencia de mercados que requiere el sector artesanal

- 1- Financiar estudios sobre inteligencia de mercados específicos para la artesanía y apoyar con especialistas
- 2- Apoyar la participación de artesanos y Diseñadores en eventos internacionales como: pasantías seminarios especializados, ferias, “show rooms”, ruedas de negocios
- 3- Apoyar la financiación de agentes encargados de monitorear y buscar mercados para la artesanía, en lugares de mayor potencial
- 4- Apoyar el Sistema de Información para la Artesanía, SIART- que posibilita la interconexión de artesanos y diseñadores para recibir asistencia técnica virtual y mantener interlocución permanente con los escenarios con mayor desarrollo en materia de diseño