



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

Resguardo Inga de Yurayaco

2018

<p>Inga - Resguardo Inga de Yurayaco</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Tejeduría en chaquira</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>1 de agosto de 2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría en chaquira</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Collares, manillas, aretes, tobilleras, chumbes</p>		
<p>Departamento</p>	<p>Caquetá</p>	<p>Municipio</p>	<p>San José de Fragua – Yurayaco</p>
<p>Asesor(a)</p>	<p>Carlos Andrés Giraldo Herreño</p>	<p>Contacto</p>	<p>3225416597</p>



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co
Bogotá, D.C. - Colombia





Técnico de la comunidad	Luz Dary Salazar Janamijoy	Contacto	3107623715 – 3142832005
--------------------------------	-------------------------------	-----------------	-------------------------

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad Inga del resguardo de Yurayaco, es una comunidad nueva en el programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial de Artesanías de Colombia. Dicha comunidad posee madurez en algunos aspectos que le otorgan ciertas ventajas que le permiten tener muy buena proyección. Como factor inicial es importante destacar que cuentan con el apoyo de Parques Nacionales Naturales Indi Wasi; entidad que les ha brindado su apoyo desde inicios de la creación del grupo artesanal, y ha impulsado su crecimiento con beneficios como la entrega de una buena cantidad de suministros de materias primas para la elaboración de sus productos, equipos de cómputo y demás elementos que les facilito la puesta en marcha de un local comercial por medio del cual pueden exhibir sus productos en el pueblo de Yurayaco.

En la actualidad en temas de formalización aun no presentan ningún tipo de avance, no hay una organización. Sin embargo, manifiestan tener la voluntad para con base a sus avances con el proyecto constituirse.

El grupo desde la apertura de su local comercial se ha planteado metas claras. Poseían un fondo común el cual nutrían con cada venta destinando un 33,3% de cada venta para el arriendo del local y otro 33,3% destinado para la compra de materiales el otro restante era destinado para el artesano que elaboro la pieza artesanal.

Con base al manejo de las materias primas, aun no hay un control sobre lo que se utiliza para la elaboración de los productos, no manejan inventarios y no han actualizado la lista de precios. Así mismo sus productos no poseen una identidad cultural definida

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	En el entorno local el grupo, cuenta con un local comercial, a través del cual promocionan sus productos principalmente a visitantes de otros pueblos o turistas y a residentes del pueblo de Yurayaco. Sin embargo, no manejan un target específico o una agenda de clientes definida, y al igual que en otras comunidades, varias de sus ventas son derivadas del voz a voz y reconocimiento que empiezan a tener sus productos.
---------------------------	--





	Pese a esto, sus productos se empiezan a perfilar para un tipo de cliente fresco pero elegante, con un ingreso medio, amante de los colores vivos pero de estar a la moda.
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Fiestas de Yurayaco (agosto 2018) • Encuentro Regional Neiva 2018 (16 de agosto al 19 de agosto) • Expoartesánias 2018 (diciembre)
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	En la actualidad la comunidad no ha tenido participación en eventos internacionales y dado que aun es una comunidad nueva, no cuenta con el perfil y las condiciones para participar en eventos internacionales
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Por el momento la comunidad no ha realizado ningún tipo de trámite para alguna certificación de calidad de ningún proceso de producción o comercialización
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	<p>La comunidad cuenta con 15 artesanos con una capacidad mensual de producir 50 collares, 100 manillas y 10 chumbes</p> <p>Aun no poseen un proceso de formalización establecido, pero tienen local comercial para vender sus productos en el pueblo de Yurayaco.</p>
Estrategia de diferenciación en producto	





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Necesidad de innovación en los productos actuales que desarrolla la comunidad	Realizar una lluvia de ideas con los artesanos para sacar dos líneas de productos vanguardistas combinados con un rescate de simbología	Taller de MoodBoard del área de diseño
Falta de conocimiento de simbología del pueblo inga	A través de una maestra y capacitadora externa del Putumayo del pueblo Inga transmitir los saberes de simbología y técnicas	Transmisión de saberes para la transmisión de conocimientos sobre simbología, colores y técnicas para la elaboración de productos como el chumbe
Creación de líneas de productos con identidad cultural	Acompañamiento del área de diseño, para la creación de mínimo dos líneas de producto con simbología inga	Taller de líneas de producto y acompañamiento para la elaboración de mínimo dos líneas de producto nuevas
Inclusión de nuevos accesorios a las líneas de productos creados con base a tendencias actuales de moda	Creación de nuevos productos como broches que serán una especie de adorno adicional que hará juego con los demás productos de las líneas creadas	A través del taller de líneas de productos, incluir los broches como producto adicional y vanguardista dentro del portafolio de productos de la comunidad
Estandarización de características de los productos	Implementación de parámetros como medidas para definir tamaños, colores y demás parámetros que permitirán diferenciar mejor los productos	A través de los talleres de diseño y desarrollo de productos, se incluye la aplicación de estos parámetros en los procesos de producción
Creación de un catálogo o portafolio de productos	Creación de un catalogo o portafolio de productos, con muestras de material y técnica, colores, listado de precios y demás información relevante que permita facilitar el proceso compra y venta	Con apoyo del componente de diseño, la comunidad y el componente comercial, se proyecta la creación de un pequeño libro o catalogo que lleve información, imágenes, muestras y demás muestras que faciliten la decisión de compra





		del consumidor y la gestión de venta del artesano
Empaques especiales	Partiendo del hecho de que ya tienen imagen corporativa, se puede contratar la elaboración de unos empaques especiales para la venta de los productos	Contactar con los diferentes agencias publicitarias e imprentas para cotizar la mejor opción para la elaboración de los empaques especiales
Ocasiones especiales	Creación de paquetes de productos diseñados para ocasiones especiales	A través de los diferentes conceptos trabajados con el área de diseño. Crear conjuntos o juegos de productos (collar, manilla, aretes, tobillera etc.) para ocasiones como día de la madre, día del amor y la amistad, día del padre entre otros
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Potenciar la agilidad de las artesanas junto con el dominio de las técnicas que permitirán mejorar la productividad de la comunidad y disminuir los tiempos de producción	A través del mejoramiento de las técnicas de las artesanas y la velocidad de elaboración de los productos mejorar la productividad y con ello disminuir los tiempos de producción; lo que a su vez permitiría mejorar el precio de los productos	Actualmente la propia comunidad realiza talleres todos los martes en su local comercial con otros artesanos y niños de la comunidad con la finalidad de transmitir y mejorar la técnica y la capacidad productiva de la comunidad
Empleo de precios de venta con base a las tendencias del mercado	Definir el precio de venta de los productos tomando como referencia los precios de mercado teniendo en cuenta el taller de costeo para que no le pierdan al producto y se valore el trabajo que cada artesanía tiene.	Por medio del taller de costeo. Establecer un precio acorde al producto y al mercado con la finalidad de no entrar a competir con precio, sino con calidad y diseño





Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Fortalecimiento de las habilidades comerciales de los artesanos dado que no han tenido participación en ferias regionales o nacionales	Capacitar al grupo sobre todo el proceso de ventas	Taller de técnicas de ventas Roll plays Clínica de ventas
Tratamiento personalizado a través de una gestión postventa	Realizar seguimiento postventa a las compras realizadas por los clientes después de su segunda compra	Ya sea vía telefónica por medio de redes sociales como Whatsapp o Facebook, indagar con el cliente posterior a la compra que realizo, su nivel de satisfacción, si llego su producto, como se ha sentido con dicho producto y demás
Garantías como medio de confiabilidad y credibilidad con los clientes	Se ofrecerá el beneficio de garantía por defectos de fabrica (medidas, colores, tamaños “que se pactaron al momento de realizar el pedido) y se cubrirá el costo de envío del producto del local a la dirección del cliente; el cliente cubre el costo del envío de su residencia al local comercial	A través de ciertos talleres de mercadeo y ventas, se ha fortalecido la capacidad de negociación del grupo.
Beneficios especiales para clientes fidelizados	Se entregará un descuento especial máximo del 17% para clientes que han realizado más de 3 compras al por mayor (en referencias seleccionadas)	A través del taller de costeo de producto y con base al margen de ganancia se entregará un descuento de máximo el 17% a los clientes que hayan realizado compras al por mayor (una docena en adelante por pedido)
Compartir novedades y nuevos lanzamientos	Compartir vía Facebook y Whatsapp la primicia de los	A través de redes sociales como Whatsapp o Facebook.





	productos nuevos con los clientes más fieles	Entregar a los clientes mas fieles la primicia de los productos que están en desarrollo o recién lanzados, con un precio especial con la finalidad de que se sientan cómodos y tenidos en cuenta
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Canal digital – Redes sociales	Creación de perfil del grupo artesanal en redes sociales como Facebook para potenciar las ventas y el contacto con los clientes	Acompañamiento para la creación de una FanPage en Facebook con retroalimentación y actualización constante Publicación de los productos de la comunidad a través de la FanPage
Local comercial	Promocionar el local comercial actual que la comunidad tiene en este momento en la Inspección de Yurayaco	Empezar a promocionar el local comercial de la comunidad como punto de referencia para la adquisición de productos elaborados propiamente por el pueblo Inga
Tiendas minoristas	Comerciar el producto a través de tiendas minoristas especializadas o generales que comercialicen productos artesanales	Contactar estas tiendas a través de eventos comerciales o feriales y de manera personal, buscando ampliar la red de comercialización y tener mayor cobertura en la ciudad de Florencia, Caquetá
Nota	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



artesanías
de colombia

Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
El aprovechamiento de los medios digitales como el Facebook para interactuar con los clientes potenciales	Creación de algún tipo de concurso o sorteo a través de las publicaciones en la Fanpage de Facebook, que puedan de cierta manera incentivar el consumo de los productos	Profundizar las capacitaciones en la temática de redes sociales para la gestión de ventas y contenidos



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co
 Bogotá, D.C. - Colombia

