

PROYECTO:
Misión Articular Fase I
Quindío



Entidad contratante
ARTESANIAS DE COLOMBIA

**Matriz de análisis de canales de distribución y
de análisis de poder de negociación y perfil
cuantificado-cualificado del consumidor**

Operador
Corporación Industrial Minuto de Dios

Armenia, Quindío, 2014

MATRIZ DE ANALISIS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Estudiando los canales de comercialización actuales, se puede evidenciar en su mayoría un comercio local basado en canales directos en donde el artesano crea su producto y a su vez lo comercializa, algunos promocionando con su propio punto de venta y otros a través de una promoción voz a voz.

Otro caso evidenciado es la utilización de canales cortos, donde se valen de empresas detallistas para llevar el producto al consumidor final, dicha relación se vuelve beneficiosa para el artesano productor porque éste se puede dedicar exclusivamente a su profesión y se desgasta menos en la labor comercial aunque el nivel de ganancias sea menor.

Debilidades: Se evidenció el poco conocimiento y bajo uso de las nuevas tecnologías de la información, si bien los artesanos son conscientes de la importancia de la variable, el escaso uso de las mismas cierra la puerta de un canal que puede potenciar el flujo del producto en un mercado nacional e internacional.

El manejo del inglés se convierte en un factor importante para un sector que tiene como cliente a personas de las más diversas regiones y países. En este sentido se evidencia que el artesano tiene un bajo manejo del idioma, por lo que comercialmente debe valerse del apoyo de entes externos para realizar una exposición de su producto en canales internacionales.

Oportunidades: El creciente desarrollo y uso de las tecnologías digitales en el país, La creciente seguridad socioeconómica percibida por los extranjeros a causa de los esfuerzos del gobierno colombiano, el ingreso y/o desarrollo de grandes superficies de comercialización, Los nuevos y crecientes métodos de comercialización multinivel, el surgimiento de nuevas empresas de Contact Center para venta telefónica y los nuevos y aun más económicos métodos de promoción, son algunos factores importantes para estudiar el desarrollo de dos canales permanentes de comercialización para los productos artesanales.

Fortalezas: La labor del artesano Quindiano aprovecha eficientemente la buena afluencia turística que se produce en la región.

El Quindío es un departamento que cuenta con una muy buena infraestructura vial, climas variados muy agradables, bellos paisajes, una gran riqueza cultural cafetera e indígena, y una propuesta turística muy competitiva a nivel nacional; esto hace que el artesano del Quindío se integre correctamente al final de la cadena productiva turística.

Por tales motivos, la artesanía en el departamento del Quindío representa una práctica rentable a nivel local que permite el desarrollo profundo del oficio y su continuo mejoramiento. Consecuente con ello la artesanía Quindiana tiene una gran cantidad de valores agregados sobre sus productos que lo vuelven competitivo respecto a la oferta nacional.

Amenazas: Si bien el auge del sector turístico en el departamento lleva a un mejoramiento consecuente del sector artesanal, la búsqueda de mayores niveles de rentabilidad por parte de los detallistas ha hecho que se reemplace el producto original de un artesano real por imitaciones extranjeras que dejan mayores utilidades para el detallista, ésta práctica destruye la labor y el producto del artesano real para un mercado que en su mayoría: no conoce el valor del producto hecho a mano y busca un producto bonito y representativo de la región pero a muy bajo costo.

Esto ha hecho que el artesano deba buscar otra forma de comercializar sus productos como: Asistiendo a Eventos Feriales, Promocionando en Mercados de Nicho de la región, Trabajando en Herramientas Digitales y/o buscando mercados internacionales.

MATRIZ DE ANALISIS DE PODER DE NEGOCIACIÓN

Los productos artesanales del sector del Quindío son productos con un gran valor cultural e histórico y son realizados en su mayoría por artesanos altamente capacitados y amantes de su profesión.

El producto artesanal de Quindío es único y necesita estrategias de mercadeo que lo posicionen como un producto diferenciado y le den reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Si bien en la mente de la mayoría de los artesanos está el poder conquistar nuevos mercados para así incrementar sus ventas, no podemos olvidar las condiciones actuales del Mercado Artesanal del Quindío:

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Buen nivel de profesionalización en el oficio artesanal • Riqueza cultural cafetera e indígena • El Gusto y el orgullo del artesano Quindiano por su trabajo • El Quindío es un departamento que cuenta con un ambiente propicio para el Turismo: una muy buena infraestructura vial, climas variados y muy agradables, bellos paisajes y una propuesta turística muy competitiva a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se carece de una Marca Regional fuerte y reconocida • No hay una integración eficaz con el sector turístico de la región y todos los tipos de negocios que lo componen, como: restaurantes, Hoteles, Parques Temáticos, Transporte, Etc. • Se evidenció el poco conocimiento y bajo uso de las nuevas tecnologías de la información • El artesano tiene un bajo manejo del idioma inglés • Políticas asociativas débiles y/o mal estructuradas
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> • El apoyo constante de instituciones privadas y públicas a los artesanos de la región. • El acceso permanente a capacitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Los valores agregados del producto se están viendo opacados por imitaciones extranjeras construidas de forma industrial, y que tienen precios muchísimos más bajos.

	<ul style="list-style-type: none"> • El creciente desarrollo y uso de las tecnologías digitales en el país, • La creciente seguridad socioeconómica percibida por los extranjeros a causa de los esfuerzos del gobierno colombiano, • Los nuevos y crecientes métodos de comercialización multinivel, • El surgimiento de nuevas empresas de Contact Center para venta telefónica • y los nuevos y aun más económicos métodos de promoción, 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay una educación del mercado regional y nacional en cuanto al valor real de un verdadero producto artesanal construido totalmente a mano.
--	--	---

Desafíos	Potencialidades	Limitaciones	Riesgos
¿Cómo volver una realidad los desafíos?	¿Cómo multiplicar mis potencialidades?	¿Cómo romper mis limitaciones?	¿Cómo disminuir o trasladar los riesgos?
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de las nuevas tecnologías digitales y de los nuevos métodos de comercialización directa para llevar el valor de la marca de artesanías del Quindío a nivel regional, nacional e internacional. • Solicitar el apoyo de las instituciones públicas de la región para que sirvan de enlace permanente entre el sector artesanal y las entidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Gracias a la riqueza histórica del departamento del Quindío, el artesano tiene muchos temas llamativos que dan identidad a su producto. Se hace necesario involucrar al artesano en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, para que por medio del marketing digital, éste pueda dar a conocer esos rasgos característicos de los productos de la región a nivel nacional e internacional • Se debe hacer convenios especiales con instituciones financieras para que capaciten y apoyen al 	<ul style="list-style-type: none"> • Educar al mercado objetivo por medio del voz a voz, la venta directa, el telemarketing y el marketing online. • Crear valores agregados que sea imposibles de superar por las imitaciones • Crear productos que impacten en las nuevas generaciones para que no haya envejecimiento del producto artesanal y pueda llegar a 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar permanentemente e a través de prensa, radio y tv (canales regionales), los valores agregados que hacen del original producto artesanal del Quindío, un producto único y totalmente diferenciado. • Comunicar permanentemente e a través de prensa, radio y tv (canales regionales), la importancia de comprar productos artesanales del

<p>privadas del departamento que puedan apoyar a los artesanos del departamento, así mismo para que se acuerde una política legal de comercio justo entre las partes implicadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar el apoyo de entidades educativas para que formen a los empresarios o a sus colaboradores en el uso de las nuevas tecnologías y en el manejo del inglés. • Buscar el apoyo de entidades educativas para que proporcionen al sector artesanal estudiantes bilingües en etapa práctica para que apoyen la comercialización del producto con turistas extranjeros, así mismo para que elaboren contenidos que se utilizarán en un proceso comercialización en línea. • Solicitar el apoyo de las entidades 	<p>artesano en cuanto a canales de comercio electrónico eficientes y confiables para que pueda realizar transacciones exitosas en extranjero y sin muchos intermediarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indudablemente se hace necesario involucrar al sector Turismo y Cafetero con el sector artesanal, por lo cual es importante el papel mediador de los entes públicos de la región como facilitadores del proceso y como garantes de un comercio justo. • La belleza de la tierra Quindiana debe ser reconocida a nivel nacional, por lo tanto debe hacerse convenios con productoras televisivas nacionales para que incluyan en su escenografía el paisaje cultural Quindiano. 	<p>otros nichos de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr que las entidades públicas y los gobernantes impulsen alianzas del sector artesanal con las grandes superficies para que se ceda un espacio en sus establecimientos 	<p>Quindío Originales, No a las Imitaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar a los Turistas por medio de Flyers, cuñas en radio y Videos en medios locales, la ruta de los originales artesanos del Quindío, las formas y diseños de sus productos y como reconocerlos.
--	--	---	---

<p>educativas para que lleven a cabo talleres en las asociaciones que promuevan el emprendimiento basado en la unión y la confianza.</p> <ul style="list-style-type: none">• Involucrar a las asociaciones para que monten nuevos métodos de comercialización directa			
---	--	--	--

PERFIL CUANTIFICADO Y CUALIFICADO DEL CONSUMIDOR DEL MERCADO DEL SECTOR ARTESANAL

Las fortalezas del departamento del Quindío en cuanto infraestructura y paisaje natural han hecho de esta región un lugar con una oferta turística muy fuerte a nivel nacional, este aspecto ha impactado social, económica, política y culturalmente.

Actualmente las fincas que antes producían café y se dedicaban al agro, actualmente son sitios de veraneo y esparcimiento para extranjeros que visitan la región.

Los hoteles han incrementado sus valores agregados y compiten en el mismo departamento con grandes marcas internacionales, los municipios buscan propuestas innovadoras para llamar la atención del turista, así mismo los restaurantes y otros eslabones de la cadena turística certifican sus procesos para ser aun más competitivos.

El sector artesanal no podía aislarse de este fenómeno, encontrando en él una gran oportunidad de generación de ingresos.

Si bien el artesano del departamento del Quindío crea productos competitivos y con fuertes valores agregados, es muy poco el mercado local que se cautiva con sus obras, y los que lo hacen simplemente no dan el valor monetario real a su trabajo.

Por el contrario las personas que visitan al Quindío en carácter de ocio, negocios y otros fines, ya cuentan con un presupuesto destinado a la compra de un recuerdo de su visita, para sí mismo o como obsequio.

Para el turista, los productos del Quindío son diferentes de lo que regularmente conoce y se deja llevar por los colores, los detalles hechos a mano, los materiales, la historia y la identidad cultural que encierra el producto. Él aprecia lo que no ve con regularidad y pueda llamar la atención de sus amigos, parientes, compañeros de trabajo y en general su círculo social.

Es por eso que en su mayoría el mercado del producto artesanal del Quindío se encuentra en el sector turístico, que si bien tiene como fin principal, divertirse, hacer negocios, visitar sus parientes, etc, viene previamente programado para adquirir un recuerdo artesanal de la región.

Se puede reconocer a través de la observación en experimentos realizados, las variables que influyen los momentos de compra de los productos artesanales del Quindío.

A través de encuestas y por medio de entrevistas se identificaron algunas de las características económicas y sociales de los individuos ante la oferta de los productos artesanales creados en el departamento del Quindío.

Categoría	Decorativos Hogar
Género	Masculino y Femenino
Edad	Clientes: 18-74 años, Consumidores: 25-74 años
Nivel Socioeconómico	Alto, Medio Alto, Medio, Medio Bajo
Tipo de Cliente	Para clientes con buena y media Capacidad Adquisitiva, aprecian su hogar y su familia, gustan de un producto único y tradicional, conocen el valor de un los productos hechos a mano, con identidad e historia. Algunos muestran un fuerte vínculo con lo natural: El campo, los paisajes, la flora y la fauna de la región.

Categoría	Decorativos Cocina
Género	Masculino y Femenino
Edad	Clientes: 18-74 años, Consumidores: 25-74 años
Nivel Socioeconómico	Alto, Medio Alto, Medio, Medio Bajo
Tipo de Cliente	<p>Para clientes con buena y media Capacidad Adquisitiva, aprecian su hogar y su familia y puede ser la cocina un punto de reunión con ellos, además buscan productos decorativos que acompañen sus momentos de creatividad al cocinar. También gustan de un producto único y tradicional, conocen el valor de un los productos hechos a mano, con identidad e historia.</p> <p>Algunos muestran un fuerte vínculo con lo natural: El campo, los paisajes, la flora y la fauna de la región.</p>

Categoría	Decorativos para Eventos, Restaurantes, Hoteles y demás empresas interesadas en dar un toque cultural a su imagen corporativa
Género	No aplica
Edad	No aplica
Nivel Socioeconómico	Alto, Medio Alto, Medio
Tipo de Cliente	Para Clientes Empresariales que entregan a sus propios clientes una experiencia tradicional y romántica, basada en ornamentos artesanales de buen gusto y que concuerdan con su imagen corporativa.

Categoría	Obsequios Corporativos
Género	No aplica
Edad	No aplica

Nivel Socioeconómico	Alto, Medio Alto
Tipo de Cliente	Para Clientes Empresariales en especial empresas detallistas que venden obsequios corporativos o promocionales a otras organizaciones que desean reforzar sus lazos comerciales.

Categoría	Moda y Accesorios
Género	Femenino en su mayoría, con pequeño componente masculino
Edad	Clientes: 12-74 años, Consumidores: 1-74 años
Nivel Socioeconómico	Medio, Medio Alto, Alto - según las características de los materiales
Tipo de Cliente	<p>Clientes en su mayoría femeninos, con Capacidad Adquisitiva, de buen gusto y que les gusta comunicarlo, aprecian un producto único, hecho a mano y con identidad, dan mucho valor a los materiales.</p> <p>Disfrutan los colores, aprecian sus formas y el cómo luce en sus cuerpos.</p> <p>Se puede reconocer también un tipo de Cliente joven, masculino y femenino que desea estar a la moda, viene de familias con capacidad adquisitiva, pueden hacer parte de tribus urbanas. Le gusta llamar la atención con productos tradicionales, quiere ser original y le gusta comunicarlo.</p>

Categoría	Maquila
Género	No aplica
Edad	No aplica
Nivel Socioeconómico	Alto, Medio Alto, Medio

Tipo de Cliente	<p>Cliente Empresarial,</p> <p>Para empresas que necesitan accesorios, materia prima o producto semi-terminado para adicionarlo a su producto final y venderlo con marca propia.</p>
-----------------	--

El artesano del departamento del Quindío crea productos competitivos y con fuertes valores agregados pero el mercado local que se cautiva poco con sus obras. Por el contrario las personas que visitan al Quindío en carácter de ocio, negocios y otros fines, son los que presupuestan sus dinero para comprar un recuerdo de su visita, para sí mismo o como obsequio.

Es por eso que en su mayoría el mercado del producto artesanal del Quindío se encuentra en el sector turístico,

Por tal motivo se toma como base la información del Observatorio Turístico del Quindío.

A nivel nacional

De que ciudades viene el mercado potencial:

Procedencia Nacional	Representatividad
Cundinamarca	33.04%
Antioquia	19.96%
Valle del Cauca	17.31%
Risaralda	7.10%
Santanderes	4.95%
Caldas	6.50%
Tolima	3.40%
Boyacá	2.60%
Meta	2%
Atlantico	1.50%
Chocó	0.60%
Otros	6.89%