

**“PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL
PARA PUEBLOS INDÍGENAS EN COLOMBIA”**

**(Convenio Interadministrativo No. 263 de 2017 Suscrito entre la Nación – Ministerio
de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A)**

PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO FOCALIZADO

Nazareth

2017

<p>Etnia – Comunidad: Nazareth</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Arte Manual</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>15 de Noviembre de 2017</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría en Cumare, Bejuco y Guarumo</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Artisanal – Tejeduría</p>		



Departamento	Amazonas	Municipio	Leticia
Asesor(a)	Sindy Pinzón	Contacto	3185636796
Técnico de la comunidad	Creci Pereira	Contacto	3143535559

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad Nazareth en Leticia, este año ha sido beneficiada con el *‘Programa De Fortalecimiento Productivo Y Empresarial Para Pueblos Indígenas En Colombia’*; se ha identificado como grupo de artesanos desde hace 23 años y su formalización legalmente se dio en el año 2014 como “Asociación de mujeres indígena, cultural y artesanal “DAIRE PARACAURE””. Cuenta con una estructura organizacional de Presidente, vicepresidente, secretaria, tesorería, vocal 1, vocal 2 y fiscal muy fuerte y unida.

No cuentan con Misión y Visión, pero con el fin de continuar con el fortalecimiento e identidad de la asociación se crearon estos con la metodología participativa identificando su razón de ser y las aspiraciones a mediano y largo plazo. Se les nota compromiso, responsabilidad y trabajo en equipo. En primer lugar del área comercial, se trabajó con ellos la metodología de la fijación de precios de sus productos para que el próximo año ellos puedan calcular los valores por sí solos. En segundo lugar, se trabajó con ellos la importancia de manejar un inventario de producción mensual, para la consecución de la materia prima la comunidad organiza grupos de búsqueda en el monte según quienes necesiten la materia prima, se reúnen entre 5 a 8 participantes aproximadamente y la materia prima que consiguen es para quienes fueron a buscarla.



Se estima que tienen una cantidad de producción mínima mensual por cada participante de 4 productos y en grupo cerca de 90 productos según, producto, tamaño, materia prima y disponibilidad de la artesana, para finalizar se hizo entrega del formato que Artesanías de Colombia se encuentra manejando en cada feria, en esta actividad se escogió a la persona que será la encargada de llenar ese formato mensualmente.

En tercer lugar, se trabajó el taller de la apertura de nuevos canales de comercialización por medio de internet, al finalizar el taller la asociación manifestó que nadie en la comunidad sabía hacer uso adecuado de los celulares inteligentes ni computadores, y mostraron un poco de rechazo hacia el uso de esas herramientas, pero se llegó a un acuerdo con ellos. En Nazaret se encuentra ubicado un punto vive digital en el que la comunidad puede acceder de forma gratuita y les enseñan a manejar el computador. El acuerdo consistió en que involucrarían más a esta asociación a los jóvenes y que ellos comenzarían a tomar capacitaciones en el punto vive digital, de este modo se podría abrir ese canal de comercialización a través de Facebook con ellos para la promoción y venta de sus productos.

En cuarto lugar, se trabajó en el manejo de contabilidad básica, se realizaron ejercicios práctico – teóricos para que las participantes conocieran el proceso del correcto registro de la información, al final se entregaron formatos de ingresos/ventas y gastos. También se trabajó la descripción de los productos con el fin de dar las características esenciales a la hora de las ventas y para que de una vez desarrollado el tema de los canales de comercialización F-commerce por medio de Facebook se supiera que información es la adecuada para publicar. Para finalizar, se realizó una clínica de ventas, se hizo la simulación de tres ventas, donde las participantes aprendieron diferentes estrategias de ventas y post ventas.



“Asociación de mujeres indígena, cultural y artesanal “DAIRE PARACAURE”, posee habilidades comerciales muy débiles, el año pasado, participaron en las siguientes ferias: Feria de Etno llanos y Feria regional Amazónica en Leticia además de las ventas realizadas en Leticia a turistas nacionales e internacionales logrando tener ingresos anuales totales de \$6’000.000.

Este año han tenido ventas promedio de \$ 300.000 de clientes nacionales e internacionales en la ciudad Leticia, además como parte del programa de Artesanías de Colombia, participaron por primera vez en la feria de “Economías Propias” en Duitama – Boyacá llevada a cabo entre los días 13 de Octubre al 15 de Octubre generando ventas de \$725.000, lamentablemente en esta feria no se proyectaron clientes potenciales. Esperan poder recuperarse en la feria de expo-artesanías en diciembre y se han propuesta como objetivo de ventas para el año 2018 un valor de \$8’500.000

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente

Esta comunidad tiene identificado los siguientes perfiles de clientes:

1. El perfil de clientes es de personas entre los 18 años a los 55 años. Con un estrato socio económico de 2 y 6, que valoran las Artesanías indígenas, que buscan lucir a la moda nuevos bolsos y tener objetos representativos de comunidades



	<p>indígenas para decoración de sus hogares.</p> <p>2. Perfil de almacenes y/o tiendas que venden artesanías a nivel nacional e internacional, sus compras son para grandes cantidades mayores a 100 unidades.</p> <p>3. Ong's que trabajan en la región y/o en el área que promueven como visión de su razón de ser, el trabajo digno a población en situación de vulnerabilidad por medio del trabajo de artesanías.</p>
<p>Estrategias de fidelización</p>	<p>Las estrategias de fidelización que la comunidad está manejando son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Por la compra de un producto, dan un pequeño obsequio representativo de la comunidad, tal como anillos, manillas o llaveros. ✓ Ofrecen el 5% de descuento para compras superiores de 5 productos en adelante, cada producto debe tener un precio mayor de \$20.000.
<p>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</p>	
	<p>Los principales clientes se encuentran</p>



<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>ubicados en Leticia y en su mayoría son turistas nacionales y extranjeros. La prospección de negocios potenciales se hace a través de la participación de ferias regionales y nacionales. En este momento no tienen negocios potenciales prospectados, se espera poder concretar negocios en la feria de expo – artesanías que se desarrollará en Diciembre.</p>
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p>	<p>Se han identificado las siguientes ferias en el transcurso del año 2017 para la promoción y venta de artesanías.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Feria de confraternidad Amazónica del 15 al 20 de Julio ✓ Feria regional Amazónica en Leticia a mediados de Octubre ✓ Feria de Economías Propias en Duitama del 13 al 15 de Octubre ✓ Expo artesanías en Bogotá del 03 al 16 en Diciembre
<p>¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?</p>	<p>La Asociación de mujeres indígena, cultural y artesanal “DAIRE PARACAURE” puede constituir las siguientes sinergias de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear sinergia con la comunidad



	MUTEME para generar una alianza con la empresa de envía de mercancía llamada "Servientrega" en la ciudad de Leticia y que el valor del flete de mercancía pueda salir más asequible a los clientes.
Observaciones:	
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	La Asociación de mujeres indígena, cultural y artesanal "DAIRE PARACAURE" aún no ha tenido acercamiento, muestras, ventas y/o participación en ferias y eventos comerciales internacionales.
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	La Asociación de mujeres indígena, cultural y artesanal "DAIRE PARACAURE", no se encuentran con certificación de calidad y no están interesados puesto que el pago de estos certificado para comunidades beneficiadas del programa es costoso.
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de	La comunidad se encuentra constituida como asociación de mujeres indígena cultural y artesanal "Daire Paracaure", su



<p>producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>NIT es 900895297 – 5, su estructura organizacional es fuerte y trabaja bajo estatutos, tienen al día los certificados de Cámara y Comercio y de la Dian. Tienen 23 años de experiencia en la tejeduría, talle en madera y cestería; razón por la cual tienen excelente calidad de producción. Son un grupo de 30 mujeres, por tal motivo la planeación de su producción se estima que tienen una cantidad mínima mensual por cada participante de 3 y 4 productos y en grupo cerca de 90 productos según, producto, tamaño, materia prima y disponibilidad de la artesana. Son artesanas comprometidas así que para las ventas exportación, sería muy organizada y cumplida. Para finalizar, la comunidad tiene la capacidad física e instalada, compromiso y ánimo para cerrar ventas en el área internacional, lo que se encuentran preparados para realizar contratos de exportaciones.</p>
--	---

Observaciones:

Resultados comerciales proyectados

		Ventas obtenidas	Ventas
--	--	-------------------------	--------



Producto	Precio Promedio	2016	proyectadas 2017
Mochila, Abanico, Canastos, Porta lapiceros, Hamacas	75.000	6'000.000	7'000.000
VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	En ferias que ha participado este año la asociación no ha tenido la oportunidad de explorar la prospección de negocios y/o busca clientes potenciales, pero espera poder comenzar a realizar prospecciones en Diciembre en la expo-artesanías.	Tasa de efectividad	No aplica
Estrategia de diferenciación en producto			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
Con el fin de presentar un producto con tejidos de	Estrategia de innovación en combinación de tejidos	La Maestra y las participantes de la	



calidad y autenticidad.		asociación preparan y practican nueva combinación de tejidos
Con el fin de ampliar el mercado objetivo en jóvenes y adultos contemporáneos y distinguir el producto de otras comunidades.	Estrategia de innovación de colores	La asociación prepara la fabricación de los productos con colores innovadores a base de elementos naturales
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
La competencia es muy intensa, para evitar guerra de precios se establece fijar precios similares para no quedar en desventaja con otros artesanos.	Estrategia de precio similar al de la competencia	Evaluar los precios del mercado en ferias y eventos para establecer los precios promedios de venta.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o	Estrategia de preparación	La comunidad debe



Importadores	para el mercado Internacional	prepararse para comenzar a explorar nuevos canales de comercialización y de ser posible el internacional. Para esto, deberá primero, preparar publicidad tales como catálogos, tarjetas de presentación, flyers, fotos profesionales de productos, empaques, embalajes, etiquetas, logo de identidad, y todo lo que tengan que ver relacionado a la publicidad de la asociación.
ONG'S y fundaciones	Estrategia de entrega de producto en Leticia	El cliente deberá asumir el valor del flete del producto desde la Ciudad de Leticia hasta su punto final a nivel nacional, la Asociación se compromete en llevar el producto hasta la empresa de envíos "Servi-entrega".
Empresas minoristas	No Aplica	No Aplica
Tiendas minoristas especializadas	Estrategia de destacar en una tienda	Por la compra de los productos de esta asociación,



		<p>recibe el siguiente obsequio. El obsequio son pequeñas muestras significativas y pequeñas de otros tipos de productos, como por ejemplo, llaveros, aretes, manillas, hebillas, etc.</p>
Empresas manufactureras	No Aplica	No Aplica
Instituciones corporativas publico / privadas	No Aplica	No Aplica
Redes sociales / pagina web	Estrategia de preparación a marketing digital	<p>La comunidad no posee conocimiento sobre la publicidad por medio de internet. A través de un acuerdo dado entre la asesora comercial y la comunidad, un grupo de la asociación tomará clases de manejo de computación en el punto Vive digital de la comunidad de Nazareth con el fin de a un futuro a mediano y/o largo plazo la asociación pueda abrir un nuevo canal de venta por</p>



		medio de las redes sociales llamadas: Facebook e Instagram.
Almacenes de cadena y grandes superficies	No Aplica	No Aplica
Venta directa	Estrategia de promoción y exhibición	La comunidad promocionará su comunidad y productos tradicionales por medio de volantes, fotos y tarjetas de presentación incentivando la venta de sus productos directamente.
Referidos voz a voz	Estrategia de obsequios	Para promover los referidos voz a voz se hará por medio de la entrega de obsequios pequeños pero que incentivarán la venta de sus productos y generaran voz a voz.
Participación en ferias, eventos y encuentros	Estrategia de exhibición y promoción	La asociación, organizará muy bien sus stands permitiendo tener una visión horizontal y vertical de sus productos, además se reforzará con la entrega de



		publicidad de volantes y tarjetas.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Incentivar la motivación de compra para esta asociación con varias ventas de productos de precios superiores a \$100.000	Estrategia para consumidores – sorteos	La comunidad sorteará un producto emblemático de la comunidad, únicamente pueden participar quienes hayan hecho compras superiores a \$100.000
Observaciones:		

