

“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

Comunidad Inga Condagua

2017

<p>Etnia – Comunidad: Inga Condagua Asociación de Artesanos IUIAI WASI</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Macramé (Nudo de Atarraya) - Semillas</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>20 de Septiembre de 2017</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría, cestería e instrumentos musicales</p>		



Líneas de producto	3		
Departamento	Putumayo	Municipio	Mocoa Resguardo Condagua
Asesor(a)	Janeth Cristina Cárdenas	Contacto	310 3831420
Técnico de la comunidad	Ana Tulia Miticanoy	Contacto	320 2567966

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La Comunidad del Resguardo Inga de Condagua, es una comunidad que se encuentra legalmente formalizada bajo el nombre de **Asociación de Artesanos IUIAI WASI** con RUT No. **900509991-5** y en el momento se encuentran al día con Cámara de comercio. Teniendo en cuenta su formalización se requiere afianzar los conocimientos en los libros contables y a la vez la estructura organizacional para la delegación de funciones y responsabilidades a los integrantes de la asociación. Tenemos que destacar que la comunidad cuenta con mucha aceptación en los diferentes eventos por sus productos tan tradicionales ya que su elaboración está basada en semillas naturales y a la vez reflejan su cultura. Sin embargo se hace necesario establecer políticas de precios y seguimiento a sus clientes potenciales.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

La Asociación de Artesanos IUIAI WASI cuenta en el momento con



<p>Perfil del cliente</p>	<p>Hombres y Mujeres entre los 25 a 40 años, que posean ingresos económicos y que gusten de los referentes culturales de las comunidades indígenas.</p>
<p>Estrategias de fidelización</p>	<p>Incorporarse en el mercado de las redes sociales con el fin de estar en permanente contacto con el cliente y de esta manera conocer las expectativas en cuanto a los productos que se ofrecen.</p>
<p>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</p>	
<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>En la Actualidad se está realizando la negociación con un contacto hecho en la ciudad de Cali en la feria de Economías propias.</p>
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p>	<p>Dentro del departamento del Putumayo se encuentran las ferias municipales en las fiestas patronales y un evento esporádico que realice alguna de las empresa existentes como Corpoamazonia, Ecopetrol y hoy en día el proyecto que se ejecuta con Artesanías de Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p>



<p>¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?</p>	<p>A través del Fomento Turístico que se está desarrollando con Turismo y Paz en el departamento del Putumayo</p>
<p>Observaciones:</p>	
<p>Análisis de mercado externo</p>	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p>	<p>La Asociación ha participado en diferente eventos como: Expo artesanías 2015, 2016, Expo artesano 2016, 2017, Economías Propias 2016 Mocoa, Cali 2017 Eventos por participar: Economías Propias Mocoa y Expoartesanías 2017</p>
<p>Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.</p>	<p>La comunidad no ha realizado ningún trámite para la certificación, sin embargo ha hecho la solicitud para capacitarse en el tema con el fin de poder a futuro realizar los trámites respectivos y necesarios para que la asociación continúe creciendo</p>
<p>Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización</p>	<p>La Comunidad en el momento cuenta con la formalización necesaria para la comercialización de sus productos sin embargo, tiene falencias en su estructura organizacional ya que no se han establecido</p>



empresarial	las funciones en cuanto a la parte administrativa lo que hace que recaiga en una sola persona la responsabilidad. En cuanto a la capacidad productiva se ha ido incrementando pues la mano de obra ha avanzado mucho en la agilidad para dicha producción. La Comunidad en el momento no cierra la posibilidad de poder exportar sus productos, pero si hace énfasis en la capacitación de este proceso.
-------------	--

Observaciones:

Resultados comerciales proyectados

Producto	Precio	Ventas año 2016	Ventas proyectadas 2017
Collares en semilla y Chaquira, Mochilas en fibra natural, cestería e instrumentos musicales.		\$ 9.653.000	\$12.000.000
VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	\$5.000.000	Tasa de efectividad	10%



Estrategia de diferenciación en producto

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
La comunidad maneja la semilla natural para la elaboración de sus productos	Por estar la organización situada en un zona donde ellos mismo la pueden cultivar la planta permite que su producto sea constante,	Para evitar la escases del producto ellos se encuentra constantemente supervisando y reforestando sus tierras.
Observaciones:		

Estrategia de diferenciación en precio

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Constancia del Grupo cuentan con 25 asociados.	Por la capacidad de mano de obra su producción es alta lo que permite minimizar tiempo y dinero.	La comunidad se reúne uno o dos días en semana para sacar producción, existe responsabilidad y compromiso.
Observaciones:		

Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución



Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o Importadores	No Aplica	No Aplica
ONG'S y fundaciones	No Aplica	No Aplica
Empresas minoristas	No Aplica	No Aplica
Almacenes de cadena y grandes superficies	No Aplica	No Aplica
Tiendas minoristas especializadas	Buscar tiendas que les permitan trabajar en la modalidad de consignación de producto.	En el momento que se tenga claro la tienda y las condiciones en que se dejara el producto, realizar rotación para que los clientes observen la variedad de productos y así mismo la asociación también pueda disponer de ellos para ota posible oferta.
Empresas manufactureras	No Aplica	No Aplica
Instituciones corporativas publico / privadas	No Aplica	No Aplica
Redes sociales / pagina web	Implementar las redes sociales como medio de comercialización que le	Crear de las redes sociales adecuadas, orientándolas siempre a la constante



	<p>permita a las personas desde su sitio de trabajo vender sus productos sin tener un punto fijo de venta. Como la Señal es deficiente en zona buscar la manera de comprometer una o dos personas para que semanalmente se desplacen a un sitio donde puedan realizar el seguimiento y su actualización.</p>	<p>actualización</p>
<p>Venta directa</p>	<p>La comunidad está a punto de volver abrir su Kiosko donde podrán nuevamente ofrecer sus producto como también su comida tradicional que será como gancho</p>	<p>Tener claro su precios o Catálogo de Productos</p>
<p>Referidos voz a voz</p>	<p>Teniendo en cuenta que ya se está consolidando la base de datos, diseñar una tarjeta creativa en la que se envíe al correo electrónico diseñada especialmente para los cliente con ofertas y promociones exclusivas para ellos</p>	<p>Reforzar la Base de datos.</p>



Participación en ferias, eventos y encuentros	Invitar a sus clientes haciéndoles saber en dónde los pueden encontrar, motivando así la visita y la compra.	Envió de correos electrónico, Llamadas, publicaciones en las redes.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Variedad de Productos	Como la comunidad cuenta con una fiesta importante dentro de la comunidad , promocionar un mes antes los Collares Cascabel que hacen alusión a esa Fecha	A Través de los canales de comercialización dar a conocer la oferta del producto.
Observaciones:		

