

**“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**

**CHIVARAQUIA**

**2017**

**Etnia – Comunidad:  
Uwas**



<b>Técnica</b>	tejeduría Cestería	<b>Fecha de realización</b>	25 noviembre 2017
<b>Oficio</b>	Cestería, tejeduría y armado en palma amera		
<b>Líneas de producto</b>	Cestería		
<b>Departamento</b>	Arauca	<b>Municipio</b>	Saravena
<b>Asesor(a)</b>	Lizette Viviana Gutiérrez Tiria	<b>Contacto</b>	3112296182
<b>Técnico de la comunidad</b>	William Mejía	<b>Contacto</b>	3132219630

### DIAGNOSTICO COMERCIAL

Son una comunidad que inicio apenas su actividad comercial, ellos antes los productos los elaboraban para su uso diario, no como fuente de ingreso.

Son una comunidad con poca escolaridad, por esto se realizando una pequeña charla en la importancia de empezar a trabajar de forma organizada, con precios fijos estipulados entre otros, por el momento solo cuentan con el RUT del técnico, y por medio de él se han solicitado algunas actividades.

Los medio de comunicación no son tan fluidos, porque la comunidad no tiene acceso a redes sociales, o a celular.

Participaron en el Encuentro Regional de Yopal, donde presentaron sus productos por primera vez.

### ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

#### ¿Quiénes son sus clientes actuales y cómo pueden buscarlos?

Perfil del cliente	<p>Los principales clientes por ahora son entidades que apoyen los procesos y proyectos como al que la comunidad hace parte.</p> <p>El sector que se puede atacar con este tipo de productos son señoras mayores.</p>



Estrategias de fidelización	Se puede buscar el apoyo con entidades y sus empleados, que deseen comprar productos por compromiso social, para dar a conocer los productos.
<b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Aun no cuentan con ventas fijas o próximas, es por esto que se espera contar con el apoyo comercial dentro del evento feria Expoartesanas, con el fin de concretar clientes fijos.
¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?	Esta comunidad participo en el Encuentro regional de Yopal, y participara en Expoartesanas.
¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?	Se pueden buscar apoyo con entidades públicas y privadas, donde se busque apoyo en vitrinas comerciales para comercializar sus productos.
Observaciones:	Esta comunidad no cuanta con ventas fijas y sus ventas aún son pocas, pues su producto apenas salió al mercado, de igual manera la comunidad no contaba con el domino comercial pues nunca habían tenido un acercamiento con clientes.  Por esto se realizaron clínicas de ventas en la comunidad y otras durante el evento Regional de Yopal, donde ellos se sintieron con más confianza y hablaban de forma más fluida a sus clientes.
<b>Análisis de mercado externo</b>	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	N/A
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	No cuentan con ningún proceso aun pues son una comunidad nueva que apenas está fortaleciendo producto.



<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>		<p>Con la producción de expoartesánias se está analizando la capacidad de producción total que tienen.</p> <p>No cuenta aun con procesos de formalización, ni Rut ni cámara de comercio, la persona que tienen cámara de comercio es el técnico y pueden realizar cantas de cobro de ser necesario para algún pedido específico.</p>	
<p>Observaciones:</p>		<p>Son una comunidad que está iniciando en el mercado y debe fortalecerse internamente para lograr penetrar un mercado ya fortalecidos, por esto se dieron capacitaciones básicas en formalización y clínicas de ventas para que empezaran a tener más fluidez.</p>	
<b>Resultados comerciales proyectados</b>			
Producto	Precio	Cantidad de unidades vendidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Cestería		0	1.400.000
<b>VENTAS TOTALES</b>			
Negocios proyectados	Expoartesánias	Tasa de efectividad	Solo tener en cuenta el 10%
<b>Estrategia de diferenciación en producto</b>			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
Tener productos utilitarios	Desarrollar productos utilitarios, con nuevas características, beneficios y funciones.	Se deben desarrollar productos en diferentes tamaños y formas que permitan su uso frecuente.	
Desarrollo de nuevas líneas	Crear productos que sean complementarios a las líneas que ya se manejan	Se deben desarrollar productos que sean gancho para otros	
Observaciones:			
<b>Estrategia de diferenciación en precio</b>			



Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Se pueden manejar juegos de cestas	Desarrollar juegos de tres cestas, con un precios económico	Con esto se busca aumentar la rotación de los productos, vender tres productos de una vez a cambio de uno solo
Observaciones:	Siendo productos de fácil acceso se puede penetrar el mercado de forma fácil.	
<b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>		
Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o Importadores	N/A	N/A
ONG'S y fundaciones	Se puede buscar algún apoyo para contar con vitrinas comerciales en las entidades, buscando vender a sus empleados o visitantes de igual forma vendiendo para actividades que desarrolle la empresa.	Desarrollar productos para regalos corporativos, y de fácil rotación
Empresas minoristas	Se puede presentar el productos para comercializarlo	Desarrollar producto de fácil rotación y manejar listas de precio por mayor.
Almacenes de cadena y grandes superficies	N/A	N/A
Tiendas minoristas especializadas	Se puede presentar el productos para comercializarlo	Desarrollar producto de fácil rotación y manejar listas de precio por mayor.
Empresas manufactureras	N/A	N/A
Instituciones corporativas publico / privadas	Se puede presentar el productos para comercializarlo	Desarrollar productos para regalos corporativos, y de fácil rotación
Redes sociales / pagina web	N/A	N/A
Venta directa	Productos de colección y utilitarios	Se puede buscar un mercado específico que permita comercializar productos exclusivos.
Referidos voz a voz	Calidad y Precio	Se puede incrementar los clientes por la calidad del producto



Participación en ferias, eventos y encuentros	Se participó durante el Encuentro Regional Yopal y se participara en Expoartesanas.	Participación en eventos como Encuentro Regional Yopal y se participara en Expoartesanas.
Observaciones:	Al ser una comunidad nueva, no se cuenta aún con la capacidad económica para concretar pedidos, el producto ha empezado a penetrar el mercado.	
<b>Estrategia de diferenciación en promoción</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Se pueden desarrollar líneas de productos.	Desarrollar juegos que permitan tener un costo menor	Vender juegos de cestas para masificar la rotación y dar mejor precio al cliente final
Observaciones:		

