

**“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**

**(ASOCIACION DE ARTESANOS INDIGENAS ARTE CHIMILA)**

**2017**

<p><b>Etnia – Comunidad: (ASOCIACION “ARTE CHIMILA” ETNIA ETTE E’NNAKA</b></p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p><b>Tejido en punto</b></p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p><b>27/11/2017</b></p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Tejeduría en punto crochet</p>		
<p><b>Líneas de producto</b></p>	<p>Mochilas – Chinchorros</p>		
<p><b>Departamento</b></p>	<p><b>Magdalena</b></p>	<p><b>Municipio</b></p>	<p><b>San Ángel</b></p>



<b>Asesor(a)</b>	<b>Monica Barrios</b>	<b>Contacto</b>	3006570187
<b>Técnico de la comunidad</b>	<b>Antonio Manuel Parody</b>	<b>Contacto</b>	3122330045

### DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad a un no ha registrado en cámara de comercio, no tiene Rut, pero ya tiene estatutos de conformación con el nombre de Asociación artesanos Indígenas ETTE ENNAKA ARTE CHIMILA, tienen la intención de organizarse jurídicamente y visionar una estrategia de negocios comerciales para la venta y distribución de las artesanías y de ese modo mejorar el nivel de vida de las artesanas y su núcleo familiar. No se tiene contabilidad, un sistema de costos e inventario de productos terminados y de materia prima

La mochila Ette Ennaka es un accesorio llamativo, que motiva a adquirir ya que su color inspira al cliente. Además, es una prenda que fácilmente se puede llevar por se acopla a todos el estilo y color del vestuario que el cliente pueda lucir, sin contar la historia y el significado que tiene para la etnia una mochila.

Pero, aunque el producto es muy llamativo, sus precios son accesibles, la calidad es excelente, la marca ARTE CHIMILA no está posesionada en mercado local o nacional, ya que hasta ahora se empieza a tener como fuente de ingreso del artesano Ette Ennaka la venta de la mochila, por todas los factores de desplazamientos y de violencia que sufrió la etnia, la trasmisión de saberes ancestrales se fue quedando en el olvido, y a partir del año paso iniciamos el rescata de las tradiciones culturales y empezamos a visionar la elaboración de la mochila como una fuente de ingresos de las familias Chimilas.





**Misión: ARTE CHIMILA:** Es una Asociación de artesanos indígenas de la etnia Ette Ennaka que promueva el fortalecimiento y desarrollo, económico, cultural y social de los artesanos del resguardo, buscando mejorar las condiciones de vida del artesano, su familia y la comunidad Chimila, con procesos de gestión y comercialización de las artesanías que busca auto gestionar la participativa de toda la comunidad y sus aliados

**Visión:** En el 2025 ARTE CHIMILA será reconocida como una Asociación Embajadora del buen trabajo artesanal y respetada por la excelente calidad, Buen Diseño y pureza del producto. ARTE CHIMILA será líder Nacional del rescate e impulso de la cultura Chimila



**Valores Institucionales: solidaridad, entrega, respeto, compromiso y disciplina**



**ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL**

Para la Asociación Artesanos Indígenas del resguardo Ette Ennaka “ARTECHIMILA”, que se dedican a la elaboración de MOCHILAS elaborados **tejido de punto en crochet en algodón criollo o hilo industrial**, es importante darles a conocer la importancia que tiene el aplicar un Plan de Mercadeo para que puedan alcanzar los objetivos deseados. La Asociación necesita las herramientas necesarias para una gestión eficaz y eficiente, además de conocer todos los elementos característicos y determinantes que influyen en el mercado local.

Tejer una mochila Chimilas, es un Ritual que punto a punto permite "tejer el buen pensamiento" y nunca se ve como un objeto; sino que al ser terminada adquiere vida, La mochila Ette Ennaka es una Mujer "se quiere y se respeta" y ella te brinda protección la mochila es usada para cargar y transportar diferentes elementos para su diario vivir. Cuando una mujer Ette teje una mochila, está representando el cuerpo humano: las



mochilas tienen cabeza (cargadera), brazos (cordones), cuerpo y ombligo (borla en la base de la mochila).

Más allá de su origen simbólico, la mochila, ocupa un espacio importante en la organización social, exteriorizando en sus dibujos o color el linaje al cual se pertenece.

**Chimilas** o **Ette Ennaka** “gente propia o gente nueva”, es un pueblo amerindio que vive en Colombia, congregado en un resguardo indígena integrado por las áreas de Issa Oristunna (Tierra de la Nueva Esperanza),<sup>1</sup> y Ette Buteriya (Pensamiento Propio), del municipio de Sabanas de San Ángel, departamento del Magdalena; Naara Kajmanta (Nuestra Madre), en el corregimiento de Gaira, Santa Marta, Magdalena; e Itti Takke (Nueva Tierra), municipio de El Copey, departamento del César.

Los Ette Ennaka son un pueblo indígena habitante de la costa Caribe colombiana, que se caracterizó históricamente por su persistente resistencia guerrera a la colonización española y un posterior proceso de auto-visibilización que usaron como estrategia de sobrevivencia a través de los años. En las últimas décadas, ante un contexto más favorable para su pervivencia física y cultural, reaparecieron abiertamente como pueblo indígena con unos usos y costumbres bien diferenciados. Tradicionalmente han sido conocidos como Chimilas, sin embargo, este término es peyorativo para el pueblo, por lo cual se denominan Ette Ennaka

Es conveniente añadir aquí que la reciente creación del resguardo Chimilas, en terrenos que formaban parte de la finca "La Sirena" hasta hace muy poco propiedad de una familia italiana que llegó a la región de San Ángel en la época del auge del bálsamo, ha permitido a los indígenas comenzar a tratar de restituir, por lo menos en alguna medida, una

<sup>1</sup> Origen del resguardo constituido desde el 19 de noviembre de 1990




organización económica y social más viable y menos dependiente de las grandes haciendas de la zona. Por ello se hace necesario un detallado estudio futuro de las implicaciones del nuevo resguardo en la vida de estos indígenas que por lo demás parecen encontrarse en un afanoso proceso de reconstitución cultural en torno al cabildo del resguardo




En San Ángel Magdalena que es el municipio al que pertenece el resguardo, los habitantes, comerciantes y público en general no tienen conocimiento que los artesanos Ette Ennaka producen mochila y que la venden como fuente de ingreso para el sustento de la familia Chimila, introducir en producto con niveles de calidad como los tiene la mochila Chimila no será difícil pero el reto es iniciar con el mercado local o zona al mismos que se incursiona en ferias locales y nacionales para ir posesionando la marca y el reconocimiento de las artesanías Ette Ennaka, pues son pocos los artesanos que lo tejen pero el chinchorro en algodón silvestre es otro de los productos que se oferta por parte de los artesanos, aun con muy poco existencia en los inventarios de la asociación porque el tiempo en la elaboración es mayor al que se puede llevar en la fabricación de una mochila algunos artesanos afirman que en producir un chinchorro puede llevarse hasta 5 meses



<p>Perfil del cliente</p>	<p>El cliente de ARTE CHIMILA en un 90 % del sexo femenino. actualmente, nuestros clientes son locales y turistas que se han encontrado en las ferias nacionales que sea participado.</p> <p>El resguardo visionamos tener un local de exhibición en el municipio de San Ángel Magdalena, para visibilizar el potencial de nuevos clientes y hacer un seguimiento a cliente potenciales que consiguen en la ferias que son personas amantes del buen gusto</p>
<p>Estrategias de fidelización</p> 	<p>clarificar, mediante un análisis de compra, cuál es el cliente esporádico y cuál el cliente habitual, para convertir al primero en el segundo y fortalecer a este último que es quien más ganancias nos proporciona.</p> <p>Ofertar una mochila con excelentes acabados, un precio asequible y una entrega a tiempo.</p> <p>Para lograr nuevos clientes nos Serviremos de las redes sociales para generar contenido sobre la marca Arte Chimila y hacer, no sólo que hablen sobre</p>



	<p>la Mochila Chimila, sino que interactúen con él, comentándolo, compartiéndolo.</p> <p>Además, las redes sociales se han convertido en una herramienta muy útil de atención al cliente.</p>
<p><b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b></p>	
<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>Se construirá una base de datos de clientes potenciales a los cuales se la estar realizando el seguimiento pertinente</p>
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expo artesano en Medellín,</li> <li>• Feria de economías propias en Cartagena.</li> <li>• Expoartesanais en Bogotá</li> <li>• Feria de la ganadería en Montería</li> <li>• Festivales artesanales de Valledupar.</li> <li>• Expo artesanal Armenia en el mes de mayo en la ciudad de Armenia Quindío.</li> <li>• FAREX en Cartagena, es una feria de artesanías con calidad de exportación que se realiza anualmente con el fin de apoyar y fortalecer a los artesanos colombianos.</li> </ul>



<p>¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?</p>	<p>Vamos hacer sinergia con tiendas de arte y accesorios, Tienda y/o almacenes de moda y artesanías y veríamos la mochila como una prenda necesaria para el atuendo</p>
<p><b>Análisis de mercado externo</b></p>	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p>	<p>Aún no hemos incursionado en el mercado internacional, pero trabajamos extender Nuestro mercado a otros países, como son la ferias internacionales como México, Italia , Brasil entre otras</p>
<p>Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.</p>	<p>Iniciamos en el proceso de conseguir el registro de marca de Arte Chimila y el registro hecho a mano.</p>
<p>Potencial de exportación: Evaluación de la capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>Producción media las participantes hacen promedio mensual de 2 mochilas al mes lo resultaría 80 mochilas mensuales, de igual forma el resguardo tiene otras comunidades que no están la asociación pero que se dedican a las artesanías y si hay una sobre oferta las artesanas del resguardo apoyaran la producción, trabajaríamos en la legalización de la asociación y todo el trámite de registros</p>




<b>Resultados comerciales proyectados</b>			
Producto	Precio	Cantidad de unidades vendidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Mochila tradicional Ette Ennaka	\$100.000	8.379.000	50.508.000
<b>VENTAS TOTALES</b>			
Negocios proyectados	4	Tasa de efectividad	
<b>Estrategia de diferenciación en producto</b>			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
Mostrar productos con calidad, buscar técnicas de lavado y preservación del algodón	Desarrollar un programa de planeación y diseño técnico.	Realizar diseños con herramientas técnicas que permitan resaltar los atributos de las artesanías.  Mostrar en el diseño de la mochila cierta gamas en colores crudo y blanco que son las tendencias de la marca	
Mapa de empatía del cliente	Estrategia focalizada en eventos comerciales (ferias entre otros)	Aplicar la metodología mapa de empatía del cliente, en los diferentes encuentros regionales con el fin de identificar comportamientos	



		y gustos de los compradores y las tendencias del mercado. Que el cliente se sienta más cerca del productor.
--	--	---


### Estrategia de diferenciación en precio

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
<p>Unificar precios por todas las artesanías</p> 	<p>Consolidación y fijación de listas de precios por categoría:</p> <p>Artesanías con calidad y Asequibles por precio.</p> <p>Priorizar la línea de artesanías a producir de acuerdo al consumo y tendencias del mercado.</p>	<p>Realizar taller de fijación de costos y estimación de precio de venta según utilidad deseada.</p> <p>Elaboración de lista precios costos al público al menudo y precio al por mayor.</p>

### Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución

Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
	<p>Visibilización y dinamización de la cuenta</p>	<p>Seguimiento de clientes atreves de mercado digital.</p>



<p>Redes sociales / pagina web</p>	<p>en redes sociales de la mochila.</p> <p>El modelo de venta por catálogo e internet permite tener una flexibilidad de stock.</p>	<p>Un alto porcentaje de la población objetivo está comprando a través del canal de catálogos e internet, lo que se convierte en una oportunidad de mercado para atender</p>
<p>Venta directa</p>	<p>Exhibición de nuestros productos en lugares estratégicos.</p> <p>Agentes e intermediarios de compra.</p>	<p>Amabilidad, buen precio y calidad del producto.</p> <p>Trabajar directamente con los artesanos para asegurar un remuneración digna y justa con el costo de producción del artículo.</p>
<p>Participación en ferias, eventos y encuentros</p> 	<p>Preparar a los artesanos en la participación en ferias y eventos comerciales en atención al cliente y organización de eventos</p>	<p>Centrar los eventos regionales en temas bandera en relación a las tradiciones ancestrales de las comunidades, establecer base de datos de clientes potenciales y seguimiento estratégico.</p>



### Estrategia de diferenciación en promoción

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Entrar en el mercado digital como herramienta alternativa de ventas.	Incursión publicitaria en redes sociales	Implementar las redes sociales como estrategia de mercadeo que permita la construcción de redes de comunicación con todo tipo de clientes en los diferentes lugares del mundo.
Promoción de cultura y comercialización de las artesanías	Videos promocionales	Realización de videos corto y subir a YouTube, wasap, redes sociales mostrando la cultura y elaboración de las artesanías
Registros fotográficos	Catálogos digitales y promocionales	Elaboración de catálogo digital y catalogo promocional, brochure y divulgación de los productos artesanales



