

**“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

Inga Kamëntšá - Alpa Máma Iiachachii (De la tierra Nacemos)

2017

<p>Etnia – Comunidad: Inga Kamentsa – Resguardo Inga Kamentsa</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Ensartado a mano telar</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>Octubre de 2017</p>



Oficio	Tejido en guanga, chaquira, tallado en Chonta, tejido en croché		
Líneas de producto	2		
Departamento	Putumayo	Municipio	Mocoa
Asesor(a)	Janeth Cristina Cárdenas Agreda	Contacto	3103831420
Técnico de la comunidad	Paola Margarita Chindoy	Contacto	3203635774

DIAGNOSTICO COMERCIAL

El grupo de artesanos Inga Kamentsa ha tenido la posibilidad de trabajar en artesanías de manera individual, donde los oficios o la inclinación a la elaboración de estos productos varían en el tejido con chaquira, tejido en guanga, práctica que actualmente no la realizan. No poseen algún conocimiento empresarial ni comercial lo cual desconocen la manera de costear los productos, registros contables, estructuración de inventarios, políticas de precios, procesos de formalización en fin carece de cimientos básicos. Cabe resaltar que dentro de la comunidad se cuenta con la señora María Rosario Chicunque, como artesana en la técnica de tejido en guanga y conocedora de la simbología, y como ella lo manifiesta es un conocimiento y un legado brindado por su madre y de esta manera ella ha continuado con el proceso de fortalecimiento del arte; en algún momento de su juventud integró un grupo y participo en una feria con Artesanías de Colombia, pero por circunstancias de la



vida personal abandono el grupo y se dedicó a la elaboración de la artesanía de manera individual, así mismo se identificó al señor Arturo Hermosa Dejoy, como artesano en la elaboración de productos con la técnica del tallado de la chonta en la elaboración de productos para el hogar, decoraciones.

En su gran mayoría de artesanos el fuerte como tal es la tejeduría en chaquiras y la elaboración de diferentes productos como por ejemplo manillas tejidas en telar o a mano con diferentes diseños, aretes, pectorales, gargantillas, llaveros, correas, balacas entre otros. Sin embargo hasta el momento dentro de los artesanos algunos han recibido capacitaciones brindadas por el SENA en elaboración y presentación de los productos pero ninguno está identificado o pertenece a algún grupo de artesanos por esta razón no se cuenta con Certificados de cámara de Comercio o registrados.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

¿Quiénes son sus clientes actuales y cómo pueden buscarlos?

<p>Perfil del cliente</p>	<p>Los principales clientes son turistas o visitantes a la comunidad, organizaciones, instituciones o personas particulares.</p>
<p>Estrategias de fidelización</p>	<p>Ofrecer un producto de calidad, esto referente a la presentación o los terminados, combinación de colores, entregar un pedido puntual o a tiempo, estar seguro de dejar satisfecho o a gusto al cliente.</p>



¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Hasta el momento como grupo no se han realizado presentaciones o exposiciones en ferias, sin embargo de manera individual algunos artesanos han realizado acercamientos y amistades externas lo cual ha permitido la movilización de los productos
¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?	<ul style="list-style-type: none"> • Expo Asis • Negocios Verdes Mocoa • Encuentro Regional de Economía Propias Mocoa • Trifronterizo Puerto Leguizamo
¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?	Como grupo de artesanos hemos establecido el compromiso y la dedicación para que mediante la elaboración de la artesanía se logre mejorar el ingreso económico de las familias de los artesanos y principalmente mediante la artesanía nos permita recuperar y tejer pensamiento para fortalecer el conocimiento propio desde la cosmovisión de las comunidades indígenas.
Observaciones:	
Análisis de mercado externo	



¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	Hasta el momento no se ha tenido la oportunidad de participar en estos espacios pero se espera más adelante poder participar en ellos.
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Por el momento no Aplica
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	El grupo artesanal Inga Kamentsa son artesanos nuevos que están en el proceso de construcción de su organización artesanal.
Observaciones:	

Resultados comerciales proyectados

Producto	Precio	Cantidad de unidades vendidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Manillas, Collares, llaveros, pectorales en		0	\$3.000.000



chaquira			
VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	1.500.000	Tasa de efectividad	Solo tener en cuenta el 10%
Estrategia de diferenciación en producto			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
Calidad en la elaboración del producto	Por ser un grupo de Artesanos nuevos, buscar a través de la técnica la innovación en cuento al manejo de la simbología sin perder la identidad.	Buscar en los encuentros de saberes con los mayores historias que les permita aplicar innovaciones y desarrollar creatividad en el producto.	
Observaciones:			
Estrategia de diferenciación en precio			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
N	No Aplica	No Aplica	
Observaciones:	Teniendo en cuenta que la Comunidad es nueva no se puede		



establecer estrategias de diferenciación de precio debido a que el proceso tanto en producción como organizativo se están desarrollando y la modalidad de trabajo como de calidad no nos permite establecer estrategias hasta tanto no conozcamos la producción.

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	No Aplica	No Aplica
Empresas manufactureras	No Aplica	No Aplica
Instituciones corporativas publico / privadas	No Aplica	No Aplica
Redes sociales / pagina web	No Aplica	No Aplica
Venta directa	A partir de la primera venta, establecer un contacto directo con el cliente que le	Crear su base de Datos de Clientes y Clientes potenciales.



	ayude a mejor la calidad del producto	
Referidos voz a voz	Crear en los cliente a través de la buena atención y el buen manejo de la venta la confianza para que el cliente pueda sugerir lo que le gustaría encontrar en los productos de la comunidad	Capacitarse en Atención al cliente y Ventas, Aplicar el Registro de Ventas
Participación en ferias, eventos y encuentros	Con la experiencia que se va obteniendo en este tipo de eventos consolidar información en cuantos clientes, proveedores y competencia; además de impulsar sus productos a través de la enseñanza de su cultura.	Estudiar su cultura ya que será parte fundamental del proceso.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Productos de Lanzamiento	Por lanzamiento de	La comunidad trabajara en



	Producto, el que lleve una artesanía y refiera a la comunidad tantas veces le sea posible se le hará llegar un obsequio	algún producto característico y muy simbólico para la entrega del obsequio que será la apertura a la credibilidad de la comunidad.
Observaciones:		

