

**“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 MUSURUNAKUNA

2017

<p>Etnia – Comunidad: Comunidad indígena inga Musurunakuna</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Ensartado a mano telar</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>26 de Octubre de 2017</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría con chaquira y semillas</p>		
<p>Líneas de producto</p>			
<p>Departamento</p>	<p>Putumayo</p>	<p>Municipio</p>	<p>Mocoa</p>
<p>Asesor(a)</p>	<p>Janeth Cristina</p>	<p>Contacto</p>	<p>310 383 1420</p>



	Cárdenas		
Técnico de la comunidad	Jaime Joaquin Peña Jamioy	Contacto	3202814483

DIAGNOSTICO COMERCIAL

Actualmente los artesanos vienen trabajando de forma individual. En este momento solicitan la formalización de su oficio como tal para lo cual requieren del acompañamiento institucional. Por lo anterior no cuentan con ningún tipo de documento que soporte formalización como tal. Los recursos que cada artesano ha generado en la venta de sus artesanías lo han administrado de forma personal. Igualmente, no cuentan con mecanismos que permitan la oferta y promoción de sus productos. Hasta la fecha ninguno de los artesanos a participado en una feria como tal.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

¿Quiénes son sus clientes actuales y cómo pueden buscarlos?

Perfil del cliente	Los clientes son generalmente turistas que se desplazan para observar y disfrutar de las fiestas tradicionales de los pueblos indígenas amazónicos más o menos entre febrero y marzo que es cuando se realiza la fiesta denominada <i>wata o kalusturinda</i> por el pueblo inga y <i>klestrinye o bëtscnaté</i> por parte del pueblo kamentsá
Estrategias de fidelización	La comunidad considera que la manera



	efectiva de fidelizar clientes es a través de la calidad y precios
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Para la comunidad Inga Musurrunakuna la primera cita de negocios será la participación en la feria local de Economías Propias en Mocoa en noviembre y Bogotá en diciembre.
¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?	Una vez la comunidad se organice, podrá iniciar su participación en los eventos y ferias que se realizan en los diferentes municipios del departamento el Putumayo (Fiestas Patronales)
¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?	Una sinergia comercial que se puede utilizar es la de los grupos artesanales formalizados del departamento : sus contactos, eventos, promociones.
Observaciones:	
Análisis de mercado externo	
	No existe hasta el momento una



¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	experiencia en eventos y ferias en mercados internacionales.		
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	El grupo de artesanos no cuenta con certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.		
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	En el momento existe una pequeña capacidad instalada sin certificaciones necesarias, estructura organizacional o formalización empresarial.		
Observaciones:			
Resultados comerciales proyectados			
Producto	Precio	Cantidad de unidades vendidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Cascabeles	200.000		1.600.000
Mochilas	70		700.000
VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	Feria artesanal y comercial del mes de noviembre en Mocoa.	Tasa de efectividad	Solo tener en cuenta el 10% 300.000



Estrategia de diferenciación en producto		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Terminados, diseños,	Talleres de intercambio de saberes	Taller para el mejoramiento de productos artesanales en la comunidad MUSURUNAKUNA.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Comercialización	Historia de la artesanía	Informar al potencial comprador sobre la riqueza cultural de la comunidad y el significado que la artesanía tiene dentro de la misma
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		



Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o Importadores		
ONG'S y fundaciones	Alianzas estratégicas	Usar los medios y herramientas de que disponen para mejorar y posicionar los productos en otros mercados
Empresas minoristas	Productos artesanales en volumen y a bajo costo	Usar las cadenas de mercados minoristas para la oferta de productos
Almacenes de cadena y grandes superficies	Productos artesanales en volumen y a bajo costo	Usar las cadenas de estos mercados para la oferta de productos
Tiendas minoristas especializadas	Alianzas comerciales	Identificar el tipo de clientes que atiende y sus gustos. Adaptar un tipo de producción más sofisticado para ese mercado
Empresas manufactureras	Alianzas comerciales	Identificar las posibilidades de mejorar la presentación



		del producto. Ofertar accesorios que se adapten a estos.
Instituciones corporativas publico / privadas	Alianzas institucionales	Usar sus programas sociales para dar a conocer las actividades y productos de la comunidad MUSURUNAKUNA
Redes sociales / pagina web	Diseño de página	Buscar un posicionamiento de producto y marca a través de este canal de comercialización interactuando con el público objetivo a nivel más personalizado sobre los gustos e innovaciones que se desearía. Información estratégica sobre los clientes.
Venta directa	Valor agregado al producto ofertado.	Valor espiritual y cultural de la artesanía en la comunidad MUSURUNAKUNA.
Referidos voz a voz	Calidad y precio	Usar la empatía y amistad con personas ubicadas en diferentes instituciones y a nivel de comunidades.



Participación en ferias, eventos y encuentros	Volumen de productos para todos todo tipo de clientes con excelentes terminados, excelente materia prima y buenos precios.	Elaborar cronograma anual de las ferias más importantes a nivel local, nacional e internacional y participar
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Productos de menor impacto con el medio ambiente.	Productos de conservación del medio ambiente	Stock de productos de menor impacto con el medio ambiente como parte de una cultura milenaria.
Observaciones:		

