

**“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

ISMUINA

2017

<p>Etnia – Comunidad: WITOTO - ISMUINA</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Tejeduría en Cumare, bejuco, callao y Tallado en madera</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>16 de Noviembre</p>



Oficio	Arte Manual		
Líneas de producto	Artesanías – Tejeduría		
Departamento	Caquetá	Municipio	Solano
Asesor(a)	Sindy Pinzón	Contacto	3185636796
Técnico de la comunidad	Yuri Ordoñez	Contacto	3112245081

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad de Ismuina de la etnia Uitoto, ubicada a 4 horas por rio desde Florencia en Solano, Caquetá, este año hace parte del proceso de fortalecimiento empresarial y comercial de Artesanías de Colombia, se ha identificado que desde hace unos años atrás la comunidad tejía y de vez en cuando se reunían para aprender, este año decidieron conformarse como grupo y se encontraron más motivados con el apoyo del Ministerio de Turismo, Industria y Comercio.

Luego de la capacitación sobre las diversas figuras legales el grupo quiere conformarse como una asociación llamada: Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia. Se encuentran preparando los estatutos para proceder a hacer la legalización formal ante las instituciones pertinentes en Florencia. A partir de allí se apoyó a crear la identidad de la misión y visión de forma participativa.

Se trabajó la estructura de fijación de precios y se dio valor final a los productos que están trabajando de la mano con los diseñadores de Artesanías de Colombia y también la forma de hallar los descuentos a los productos. Se procedió a explicar la importancia del



inventario de producción mensual, se entregó formatos de inventario de productos de Artesanías de Colombia y se eligió a la persona encargada de hacer esta tarea mensualmente y para cada feria con la comunidad.

En la segunda sesión se trabajó con ellos en la contabilidad básica, entregando formatos de ventas/ingresos y gastos con el objetivo que comiencen a manejar esta información en su asociación, se eligió a dos personas de la asociación para que llenaran esta documentación y se hiciera la socialización ante la asociación mensualmente. Se dio el taller sobre e-commerce y se eligió a una persona de la comunidad para que sea el encargado de mantener el perfil de Facebook actualizado cada ocho días con los productos de la asociación. Se trabajó con ellos en la descripción del producto y se hizo una clínica de ventas para prepararlos a la feria de expo artesanías en Bogotá.

La organización de la comunidad para conseguir la materia la hacen de forma individual, cada uno se adentra un poco más a la selva y de allí obtienen la materia prima que necesitan, usualmente traen la cantidad de materia prima que les alcanza en promedio para tres semanas, cada uno tiene la capacidad de hacer un canasto de tamaño mediano en una semana, para una producción mensual por participante de tres canastos y una producción promedio de 35 canastos medianos, dependiendo también de la disponibilidad de tiempo de cada artesano.

Desde el comienzo de este año, no han tenido ventas representativas como grupo, solo hasta el momento en el que hacen parte del programa con Artesanías de Colombia, han participado en la feria de “Economías Propias” en Mocoa en Noviembre de 2017, sus resultados fueron con ventas por valor de 1'056.000 pesos.



ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente

La Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia, tiene identificado los siguientes perfiles de clientes:

- Los principales clientes son mujeres y hombres mayores de 18 años que sienten un interés por la artesanía hecha a mano y que la utilizan para decoración de sus hogares, obsequios, entre otros. Su estrato económico es entre 3 a 6 y se encuentran a nivel nacional e internacional.
- Almacenes especializados en venta de artesanías que se encuentran ubicados en las ciudades principales, tales como Bogotá, Medellín, Cartagena, entre otros. Generalmente, hacen compras a comunidades entre 50 a 60 unidades cada dos meses.



<p>Estrategias de fidelización</p>	<p>Las estrategias de fidelización de la Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enviar información sobre nuevos productos y la comunidad a través de newsletters a su público en redes sociales. - Ofrecer a sus clientes por su segunda compra, un descuento entre 3% y el 5%, dependiendo de las cantidades vendidas en la segunda compra.
<p>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</p>	
<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>La Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia ha identificado que los clientes son los habitantes de la ciudad de Florencia, turistas nacionales y muy esporádicamente turistas internacionales, en el momento no han explorado de clientes potenciales en otras regiones, esta actividad se realizará en Expo-artesanías en Diciembre.</p>
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen</p>	<p>La Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia ha participado en</p>



<p>para la promoción del sector?</p>	<p>las siguientes ferias este año:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Economías Propias en Mocoa en Noviembre <p>En el próximo año se ha identificado las siguientes ferias y/o eventos en el cual podrían participar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Feria turística, empresarial y artesanal de Florencia en Octubre - Festival y reinado nacional e internacional de la Ecología en Diciembre - Festival Folclórico y Reinado por la Paz y la Cultura San Pedro en el Caquetá en Julio - Encuentro Internacional de la cultura Amazónica en Octubre
<p>¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?</p>	<p>La Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia puede constituir las siguientes sinergias comerciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La empresa de transportes fluviales desde Florencia a Solano y Solano a Florencia con el fin de disminuir el valor de flete cuando se transporta la mercancía para una feria, así



	<p>como también con empresas de envío de mercancía tales como "Servientrega" y otros ubicados en Florencia para clientes frecuentes.</p>
Observaciones:	
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	<p>La Asociación artesanal "Monifue ktrtgai" Canasto de abundancia no ha participado en muestras, acercamientos, ventas, eventos y ferias Internacionales aún.</p>
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	<p>La Asociación artesanal "Monifue ktrtgai" Canasto de abundancia no cuenta con ningún certificado de calidad ni de proceso de hecho a mano, les gustaría en un futuro próximo, comenzar a hacer la solicitud del certificado de calidad.</p>
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial.	<p>La Asociación artesanal "Monifue ktrtgai" Canasto de abundancia se encuentra en proceso de legalización, aun así su estructura organizacional es fuerte, trabajan en equipo y tienen compromiso. En el área de producción, poseen buena calidad y pueden mejorar los tiempos de producción de entrega por grandes cantidades, cada</p>



uno tiene la capacidad de hacer un canasto de tamaño mediano en una semana, para una producción mensual por participante de tres canastos y una producción promedio de 30 canastos medianos con cerca de 10 participantes, dependiendo también de la disponibilidad de tiempo de cada artesano.

Observaciones:

Resultados comerciales proyectados

Producto	Precio promedio 2016	Ventas 2016	Ventas proyectadas 2017
Canastos,	Entre \$60.000 a \$70.000	0	\$3'000.000

VENTAS TOTALES

Negocios proyectados	Por el momento no se han realizado proyección de clientes y negocios	Tasa de efectividad	Solo tener en cuenta el 10%
----------------------	--	---------------------	-----------------------------

Estrategia de diferenciación en producto

--	--	--



Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Mostrar un producto único e innovador, con la combinación de tejidos de la comunidad Uitoto de este modo se atrae en la presentación y autenticidad, del producto.	Estrategia de innovación en combinación de tejidos.	Producción de cestos con innovación y combinación de tejidos típicos de la comunidad Uitoto, al igual que mostrar los diversos usos de este por medio de una etiqueta.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Introducir al mercado los canastos que La Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia a un precio asequible y cómodo con el fin de incrementar las ventas.	Estrategia psicología de fijación de precios	A los precios en feria y eventos con el fin de hacer una distinción menor en precio que puede hacer una gran diferencia psicológica. Por ejemplo: Un canasto mediano tiene un precio de \$60.000 y su precio en feria va a ser \$59.900. Psicológicamente \$59.900 es menos que \$60.000.



Observaciones:			
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución			
Canales de comercialización	de	Estrategia	Actividad
Exportadores Importadores	y/o	No Aplica	No Aplica
ONG'S y fundaciones		No Aplica	No Aplica
Empresas minoristas		Estrategia de opciones de pago a crédito	Dar la opción de pago de la mercancía a 15 días después de haber recibido la mercancía en su punto de bodegas.
Empresas manufactureras		No Aplica	No Aplica
Instituciones corporativas publico / privadas		Estrategia de dar pequeñas muestras por la compra un cesto	Dar pequeñas muestras de otros productos por la compra de cestos con el fin de promocionar los otros productos.
Redes sociales / pagina web		Estrategia de rifa por medio de redes sociales	Promocionar la rifa de uno de sus cestos emblemáticos por compras superiores a



		\$50.000 pesos a través de redes sociales para incentivar las ventas
Almacenes de cadena y grandes superficies	No Aplica	No Aplica
Venta directa	Estrategia de cupones	Por la compra de un producto recibirá un cupón de \$5000 pesos para la siguiente compra, por la segunda compra recibirá un cupón de \$6000 pesos para la siguiente compra y por la tercera compra recibirá un cupón de compra por valor de \$8000 pesos.
Referidos voz a voz	Estrategia de rifa	Por las compras superiores a \$100.000 recibe una boleta para participar en la rifa de un producto emblemático de la Asociación artesanal “Monifue ktrtgai” Canasto de abundancia.
Participación en ferias, eventos y encuentros	Estrategia de vitrina y promoción por medio de fotos y publicidad	En la decoración del stand, poner fotos sobre la materia prima, el lugar donde viven,



		manos trabajando, como medio de estrategia para llamar la atención de los clientes y proceder a explicarles y entregarles volantes y tarjetas con información sobre como hacen ellos sus productos.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Incentivar las compras por un precio más económico por un juego de tres tamaños.	Estrategia de Pague 2 y lleve 3	En el que la unidad de cada producto sale más costoso si lleva un juego de tres tamaños, se da la oportunidad de llevar el combo de los tres tamaños (Grande, mediano y pequeño) de esos mismos a menor precio.
Observaciones:		



