

**“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**

**Espiral Arte Misak**

**2017**

<p><b>Etnia – Comunidad: Espiral Arte Misak</b></p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p>Croché</p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p>21 de Noviembre de 2017</p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Tejeduría en lana natural, lana procesada e hilo industrial.</p>		



<b>Líneas de producto</b>	Mochilas tradicionales y mochila mama manela en lana natural, procesada e hilo industrial. Bisutería: Collares, aretes, manillas en chaquiras.		
<b>Departamento</b>	Cauca	<b>Municipio</b>	Silvia
<b>Asesor(a)</b>	Dahian Santiago Patiño Gonzalez	<b>Contacto</b>	3182058798
<b>Técnico de la comunidad</b>	María Cecilia Tombé	<b>Contacto</b>	3113049273

**DIAGNOSTICO COMERCIAL**

**Creación de VALOR COMPARTIDO (CVC)**



La comunidad Espiral arte Misak localizada en Silvia, Cauca, es un grupo nuevo dentro del programa de fortalecimiento empresarial, conformado por 25 integrantes, está creciendo como un encadenamiento del grupo Nuestro arte Misak, quien hace parte del mismo resguardo y fue beneficiario del programa en el año 2015 y 2016. Actualmente Espiral arte Misak no se



encuentra constituido legalmente como asociación de artesanas en cámara de comercio ni poseen RUT como persona jurídica.

No hay roles de trabajo para el grupo, la técnica es quien se encarga de realizar el inventario, empaque, transporte y participar en los encuentros regionales de artesanías de Colombia como en Cali y Cartagena este año.

Dentro de la estructura organizacional no poseen misión, visión, objetivos ni organigrama, que permitan fortalecer su actividad organizativa, a pesar de esto tienen un nombre comercial denominado “**Espiral arte**” y están en proceso de construcción de su imagen corporativa.

Dado que es un grupo nuevo, no cuentan con fondos para participar en ferias o eventos de forma independiente, no se cuenta con un registro de ventas propias del grupo, ya que dicha información es manejada por cada artesana, ni poseen un lugar para la comercialización de sus productos. En cuanto a la fijación de precios, lo asignan de forma empírica y subjetiva, además no manejan un formato que les facilite la realización de dicho cálculo.

Dentro del componente de comercialización y mercadeo, la estrategia de ventas se concentra en pedidos de clientes locales en Silvia a cada artesana y en la participación en los diferentes encuentros regionales de Artesanías de Colombia y en otros eventos de promoción en Popayán.

Durante la vigencia del programa 2017, han participado en el encuentro regional de economías propias de los pueblos indígenas en Cali, con un resultado comercial durante la feria de \$750.000.



El grupo no cuenta con redes sociales para la difusión y promoción de sus productos a nivel regional y nacional.

Finalmente durante la construcción colectiva del plan de mercadeo focalizado, se realizó una matriz DOFA para conocer la percepción de los integrantes sobre sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, que permitan aterrizar la estrategia.

El grupo reconoció como debilidades, la falta de promoción de sus productos a través de las redes sociales como Facebook, la escasa participación en eventos y ferias, así como la posibilidad de promocionar sus productos en consignación.

También se mencionó el incumplimiento de algunos integrantes del grupo en capacitaciones y reuniones, la falta de responsabilidad, la escasez de materia prima y las bajas posibilidades para acceder a capacitaciones.

El grupo está avanzando como un proceso de encadenamiento de “Nuestro Arte Misak”, por eso reconocen que dentro de las fortalezas adquiridas, están las herramientas y capacitaciones empresariales recibidas dentro del programa de Artesanías de Colombia, también que se poseen altas habilidades en el tejido y la creatividad del grupo.

Finalmente, la actividad concluyó explorando que hay amenazas externas que afectan el funcionamiento como grupo, dentro de tal situación está la competencia desleal de algunas artesanas que no cumplen con políticas de precios o márgenes de ganancia, también han existido inconvenientes debido a la escasez de materia prima especialmente lana natural, sumado a esto se ha detectado que existe falta de apropiación de sus símbolos, del origen, historia y de los tejidos que se plasman así como la limitada capacidad para el mercadeo de sus productos.



<b>ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL</b>	
<b>¿Quiénes son sus clientes actuales y cómo pueden buscarlos?</b>	
Perfil del cliente	Exportadores e importadores / Tiendas minoristas especializadas en artesanías / Consumidor final / ONG y Fundaciones / empresas minoristas / empresas manufactureras
Estrategias de fidelización	Conjuntamente se construyeron las estrategias de fidelización para el grupo Espiral Arte, entre las que se encuentra: Realizar descuentos de introducción y acercamiento con el cliente, otorgar Obsequios, promocionar el portafolio de productos permanentemente, realizar publicidad por redes sociales y ofrecer buena atención al cliente.
<b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Actualmente Espiral arte está creciendo como un encadenamiento de Nuestro arte Misak, durante este año han participado en diferentes eventos comerciales. El encuentro más representativo fue en la feria <i>“Las manos del mundo”</i> llevado a cabo en la ciudad de México D.F con un resultado de ventas en



	<p>feria por \$ 8.000.000. Regionalmente han participado en el encuentro de Cali y Cartagena obteniendo excelentes resultados comerciales.</p> <p>En Expoartesanías 2016 se obtuvieron ventas por un valor de \$7.500.000.</p> <p>La proyección comercial 2017 para la feria artesanal más grande del país Expoartesanías 2017 son \$ 8.000.000 en las líneas de bisutería y mochilas.</p>
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p>	<p>Espiral arte se vislumbra como un grupo fuerte y en crecimiento a nivel nacional, con la capacidad de producción suficiente para participar en eventos de talla internacional como Expoartesanías, conservando altos niveles de calidad y buenos precios.</p> <p>En ese orden, se encuentra la feria empresarial y artesanal <b>EXPOCAUCA 2017</b> celebrada cada año en el mes de Abril en Popayán.</p>



	<p>Sumado a esto, para el mes de agosto en la ciudad de Cali es celebrado el festival de música del pacifico Petronio Álvarez.</p> <p>Igualmente durante el mes de Diciembre, se desarrolla la feria más importante del sector Artesanal en Colombia, Expoartesanías en la ciudad de Bogotá.</p>
<p>¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?</p>	<p>Espiral arte es un grupo enfocado en la producción de bisutería y mochilas tradiciones como la Mama manela. Son accesorios versátiles y contemporáneos complementos perfectos en prendas de vestir, ferias de diseño y moda, artísticas y musicales.</p> <p>Sumado a esto, la sinergia construida a través del turismo generado por el municipio de Silvia y el atrayente turístico del resguardo de guambia Misak, la piscicultura, senderos ecológicos y las lagunas sagradas, han permitido posicionar las artesanías como referente local para turistas nacionales y extranjeros.</p>



Observaciones:	
<b>Análisis de mercado externo</b>	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	El grupo espiral arte no ha participado en ferias internacionales hasta el momento, sin embargo hacen parte del encadenamiento de Nuestro arte Misak, quien durante este año participo en la feria internacional “las manos del mundo” en México DF obteniendo un resultado comercial positivo aproximadamente de \$8.000.000 en ventas.
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Actualmente el grupo no cuenta con un proceso de certificación de calidad en trámite, a pesar de esto, sus productos son elaborados con alta calidad y posicionados en el mercado regional.
Potencial de exportación:  Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias –	Actualmente Espiral Arte se compone de 20 integrantes, poseen una capacidad de producción al mes de 69 Mochilas en lana natural tamaño mediano y 115 collares cortos



estructura organizacional – formalización empresarial		con apliques chumbes que les permite atender una demanda mensual de artesanías.  Actualmente se encuentran en proceso de aprobación de los estatutos para continuar con el trámite de constitución legal como asociación de artesanas.  Poseen una junta directiva con la siguiente estructura: presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y vocal.	
Observaciones:			
<b>Resultados comerciales proyectados</b>			
Producto	Precio	Ventas obtenidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Mochilas en lana natural, procesada e hilo. (Tradicional)	\$ 120.000	\$ 17.949.000	\$ 4.000.000
Bisutería (Collares cortos, medianos, grandes) Manillas	\$ 70.000		\$4.000.000
<b>Ventas Totales</b>			
Negocios proyectados	Expoartesanías 2017	Tasa de efectividad	10%
<b>Estrategia de diferenciación en producto</b>			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	



Calidad y diseño de producto	Diseños exclusivos, tamaños, formas y puntadas.	Realizar y crear diseños innovadores y atractivos mediante la combinación de colores propios.
Materia prima tinturada de colores naturales propias	Utilización de colores naturales en la materia prima.	Realizar tinte natural de lana.
Observaciones:		
<b>Estrategia de diferenciación en precio</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Estandarización de precios	Realizar costos y asignación de precios de venta con medidas estándar.	Realizar cálculo bajo la metodología de costos unitarios estándar.
Herramientas de negociación	Establecer políticas de precio: costo mínimo y el sobrecosto por diseño especializado.	Hacer el cálculo del costo mínimo y el sobrecosto por diseño especializado.
Observaciones:		
<b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>		
Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o Importadores	Asistir a las ferias, eventos y promocionar los productos del grupo	Realizar la investigación y búsqueda de eventos, ferias en distintas regiones por medio de contactos empresariales.



ONG'S y fundaciones	Redes sociales, entidades gubernamentales locales y nacionales	Realizar publicidad catálogos, tarjetas, pendones.  Formular proyectos intergrupales como asociación de artesanas.
Empresas minoristas	Canal de intermediarios.	Utilizar intermediarios comerciales para promocionar nuestros productos
Almacenes de cadena y grandes superficies	Nominación de marca del producto.  Alianzas comerciales.  Construir la historia del producto.  Realizar la ficha técnica del producto.	Iniciar el proceso de certificación y registro de marca de los productos artesanales.
Tiendas minoristas especializadas	Apertura de mercados en tiendas especializadas a nivel nacional: Popayán, Cali, Manizales, Medellín, Bogotá.	Compra de base de datos: Búsqueda y compra de bases de datos de tiendas especializadas a nivel nacional.
Empresas manufactureras	Apertura de mercados en el mercado departamental.	Compra de base de datos: búsqueda e identificación de empresas manufactureras en Popayán.



		<p>Empaques visibles con el logo del grupo.</p> <p>Posicionamiento del portafolio de productos a través de las redes sociales y correo</p>
Instituciones corporativas publico / privadas	Participar en diferentes eventos regionales y nacionales.	Realizar una identificación de ferias y eventos de promoción artesanal en el país mensualmente.
Redes sociales / pagina web	Promocionar en las redes sociales.	Actualizar las páginas, mostrar los productos y darlos a conocer.
Venta directa	Compartir el producto por las redes sociales. Además realizar propagandas radiales, eventos y ferias.	Realizar promociones y plan de referidos.
Referidos voz a voz	Compartir el producto por las redes sociales.	Creación y posicionamiento de marca.
Participación en ferias, eventos y encuentros	Informarse sobre las exposiciones y ferias en diferentes regiones del país	Participar en los eventos.
Observaciones:		



Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Promoción de productos.	Creación de piezas publicitarias, tarjetas de presentación, pendones y material POP.	Catálogos, tarjetas de presentación y el empaque del producto
Publicidad por redes sociales	Difusión de productos y precios de venta	Actualización de redes sociales, fotografía de productos y precios de venta.
Observaciones:		

