

**PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS
INDÍGENAS Y COMUNIDADES NEGRAS, AFROCOLOMBIANAS, RAIZALES Y
PALENQUERAS- NARP EN COLOMBIA**

Convenio Interadministrativo No. 285 de 2018 Suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A

**PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO FOCALIZADO
SABERES ANCESTRALES DEL PUEBLO KOKONUKO**

2018

<p align="center">Etnia – Comunidad: Kokonuko</p>			
<p align="center">Técnica</p>	<p align="center">Crochet</p>	<p align="center">Fecha de realización</p>	<p align="center">18/10/2018</p>
<p align="center">Oficio</p>	<p align="center">Tejeduría</p>		
<p align="center">Líneas de producto</p>	<p align="center">Mochilas – Contenedores – Cojines Cilíndricos</p>		
<p align="center">Departamento</p>	<p align="center">Cauca</p>	<p align="center">Municipio</p>	<p align="center">Popayan</p>
<p align="center">Asesor(a)</p>	<p align="center">María Camila Diez</p>	<p align="center">Contacto</p>	<p align="center">3117308318</p>
<p align="center">Técnico de la comunidad</p>	<p align="center">Maria Ines Cortes Maca</p>	<p align="center">Contacto</p>	<p align="center">3104171209</p>
<p align="center">DIAGNOSTICO COMERCIAL</p>			
<p>El grupo artesanal SABERES ANCESTRALES DEL PUEBLO KOKONUKO, están conformados desde Septiembre del año 2017, mismo tiempo que llevan en el “Programa de fortalecimiento productivo y empresarial para pueblos indígenas y comunidades</p>			



negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras- narp en Colombia” del Ministerio en alianza con Artesanías de Colombia.

Desde el inicio del taller se evidencia el inconveniente que está teniendo el grupo artesanal con el tema de la materia prima; por solicitud del grupo, el programa de fortalecimiento realizó la entrega de Lana de Oveja Natural para la elaboración de sus productos; sin embargo el grupo no conoce la técnica ni cuentan con la experiencia en la preparación de la lana natural, lo que ha provocado que el grupo lleve más de 2 meses tratando de preparar dicho material.

Durante la visita se evidencia que de toda la lana que se adquirió, únicamente se ha tizado (primer paso en el proceso de preparación) el 10% de la materia prima, lo que ha generado gran preocupación, ya que ha esa marcha de trabajo el grupo requerirá de varios meses mas para tener lista la materia prima para empezar a producir.

Además durante los 2 meses que llevan preparando la materia prima, no han elaborado un solo producto.

Teniendo en cuenta lo anterior el grupo decide volver a trabajar con hilo industrial, ya que no tienen el conocimiento en el manejo de la lana natural.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	Comerciantes para compra al por mayor, para comercializar tanto a nivel nacional como internacional. Turistas que visitan la región, para uso personal. Tiendas especializadas en la distribución de artesanías.
--------------------	--

¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?

Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	<p>1. NIVEL LOCAL</p> <p>1.1. Resguardo Kokonuko: El grupo artesanal provee de mochilas a los altos mandos del resguardo.</p> <p>1.2. Junta directiva del resguardo Kokonuko: Es una reunión que se realiza semestralmente para evaluar la gestión del gobernador, participan todos los miembros del resguardo, y el grupo artesanal tiene un espacio para la exhibición de los productos.</p> <p>1.3. Comfacauca: esta entidad da un espacio en los centros recreacionales, los sábados y domingos, para que el</p>
---	--





	<p>grupo artesanal exhiba los productos.</p> <p>1.4. Minga de la Cultura: Es una actividad que se realiza el último fin de semana de Noviembre, promovido por la alcaldía de Popayán, Kokonuko participa desde hace 3 años.</p> <p>2. Eventos y ferias artesanales nacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feria de exposición artesanal en Pasto / Enero • Semana santa el Popayán / Abril • Mercado nacional de artesanías en Popayán /Abril • Muestra artesanal manos de oro en Popayán / Abril • Feria nacional artesanal y folclórica en Barranquilla /Junio • Feria del Bordo en el Bordo/Junio • Feria Nacional artesanal en Monteria/Junio • Feria artesanal y equina en Pitalito/Junio • Feria de artesanías y festival de la trova en Medellín/Agosto • Feria artesanal en Pasto/Agosto • Feria artesanal nacional en Chiquinquirá/Septiembre • Feria artesanal e industrial en Armenia/Septiembre • Feria artesanal regional de San Sebastián en Loricá/Octubre • Feria agropecuaria artesanal e industrial en Magangué/Noviembre • Feria nacional artesanal y equina en Pitalito/Noviembre • Expoartesanías en Bogotá/Diciembre • Feria artesanal del oriente antioqueño en rionegro/Diciembre • Feria nacional artesanal y folclórica en Barranquilla/Diciembre • Feria artesanal en Villavicencio/Diciembre
Análisis de mercado externo	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p>	<p>No han tenido participación en eventos y ferias a nivel internacional, ni han desarrollado acercamientos para ello.</p>





Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Hasta el momento la comunidad no cuenta con ningún trámite de calidad ni en proceso de gestión como finalizado.
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	El grupo no se encuentra formalizado legalmente, aunque es un grupo de seguimiento, no han realizado ninguna gestión en el tema de formalización, no cuentan con estatutos. El número de artesanas que cuentan con la habilidad productiva en la comunidad es de 6 (relativamente baja), además el grupo no cuentan con la experiencia suficiente en técnicas de tejido, en el momento están perfeccionando la técnica. El nivel de producción mensual del grupo es de 12 mochilas.

Estrategia de diferenciación en producto

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Productos a la medida	Ofrecer productos exclusivos, teniendo en cuenta las exigencias del cliente	Se evidencia que el grupo cuenta con pocos diseños, por lo que una estrategia de diferenciación, es hacer productos a la medida de las necesidades del cliente, en cuanto a diseño, tamaño, y material.

Estrategia de diferenciación en precio

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Fidelizar a los clientes. Motivar la compra al por mayor.	Optimización de costos de materia prima	Preparar la materia prima, es decir, realizar el proceso desde el corte de lana de la oveja, hasta el hilado, evitando comprar producto ya procesado, reduciendo costos





	Optimización de costos de mano de obra	Practicar la técnica de tejido, ganando experiencia, para lograr elaborar los productos en menos tiempo.
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Generar ingresos fijos	Aplicar descuento de hasta el 15% por compras al por mayor	Teniendo en cuenta la tabla de precios de los productos, el grupo puede realizar descuentos de hasta el 15% a sus clientes más fieles, por ventas al por mayor.
Lograr una buena imagen en el cliente, convirtiéndose en una fuente de comunicación que recomiende el producto a otros clientes.	Seguimiento Postventa	Garantizar la satisfacción del cliente, a través de un seguimiento postventa, mediante una comunicación permanente.
Satisfacción del cliente.	Garantía	El grupo artesanal garantizará la calidad de sus productos, y responderá por aquellos productos que el cliente considere defectuosos o de baja calidad, aplicando la garantía del producto.
Convertir el cliente como una fuente de ideas para nuevos productos y para la mejora de servicios ofrecidos	Recibir sugerencias de los clientes	El grupo artesanal tendrá muy en cuenta las sugerencias de los clientes, en cuantos a diseños y a líneas de productos.
Atraer nuevos clientes	Seguimiento a clientes potenciales	Seguimiento a aquellos clientes que aunque no adquirieron el producto en el primer contacto, quedaron interesados e inquietados con el producto. Para el seguimiento postventa se requiere la elaboración de un catalogo para el envío a los clientes.





Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Tienda artesanal en termales de Puracé, Cauca	Crear una tienda artesanal en el complejo turístico termales Agua Caliente	Crear y/o adecuar un espacio (caseta, tienda, stand) dentro de los termales de Agua Caliente ubicados en Puracé Cauca, a 15 minutos de Coconuco; es un sitio que recibe a turistas y donde frecuentemente llegan grupos de bicicletas.
Universidad Libre en Cali	Ofrecer los productos a estudiantes, visitantes, profesores y miembros directivos de la Universidad	Una de las artesanas del grupo, informa que su hija estudia en la Universidad Libre en Cali, y que en ocasiones le han hecho encargos de productos. Por iniciativa de la artesana, la estudiante gestionará con la Universidad la posibilidad de abrir un espacio comercial.
Expandir el mercado de artesanías en Chile	Comercializar los productos del grupo en Chile, inicialmente en Santiago.	El grupo expone que una artesana, se va a viajar a Chile; la idea es que dicha artesana pueda llevar un producto de cada diseño y un catalogo de productos con el fin de darlo a conocer. La artesana iniciara identificando las tiendas especializadas en artesanías, seguido de hoteles, terminales y aeropuertos, respectivamente.
Nota	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	
Estrategia de diferenciación en promoción		





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Obsequiar productos como oportunidad publicitaria	Hacer alianza con la alcaldía de Popayán, obsequiando un producto, para obtener como retribución la publicidad de dicho producto.	Popayán es una ciudad turística, por lo que normalmente la alcaldía de Popayán promueve eventos en el parque central (parque Caldas), donde hacen festivales gastronómicos, actividades recreativas, entre otras. Para motivar a los visitantes normalmente se hacen rifas y premiaciones. Aprovechando la cercanía del resguardo Kokonuko con la alcaldía, la idea es obsequiar un producto con el fin de que este sea publicitado durante los eventos, y se empiece a generar recordación sobre el grupo artesanal Kokonuko.
Ser una herramienta de recordación al cliente. Permite mostrar y describir todos los productos que el grupo produce	Catálogo de productos	Elaborar un catalogo de productos, que se pueda enviar por correo electrónico, whatsapp, y redes sociales, para enseñarle al cliente el producto y recordarle el porqué fue que llamo su atención

