

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

ASOARCHI

2018

ASOARCHI			
Técnica	Tejeduría En Palma	Fecha de realización	29 De Octubre De 2018
Oficio	Tejeduría en palma de estera		
Líneas de producto	Esteras, centro de mesas, individuales, caminos, cuneras		
Departamento	Cesar	Municipio	Chimichagua
Asesor(a)	Laura Marcela Acero Márquez	Contacto	3003801692



Técnico de la comunidad	Juana de Dios Diaz	Contacto	3235156767
DIAGNOSTICO COMERCIAL			
<p>La comunidad de Asoarchi está conformada por un grupo de artesanos de chimichagua y veredas cercanas como la candelaria.</p> <p>En la actualidad el grupo de Asoarchi, ha trabajado por más de 10 años en el sector artesanal con la producción de productos derivados de la palma de estera, usan en este proceso el telar vertical realizado manualmente con palos de madera y cabuya en el que soportan la palma para el diseño y producción de sus principales productos. La comunidad utiliza semillas de achote, bija, dividivi, <i>sangre gao</i> como fuente natural para el tinturado de sus productos, además de los tintes industriales.</p> <p>Sus artesanías se caracterizan por sus colores vivos y porque en su mayoría son productos artesanales para el hogar.</p> <p>El grupo de ASOARCHI tiene experiencias en los procesos de comercialización de productos debido a que ha participado de varios encuentros y/o eventos regionales y nacionales, es así como a visibilizado su producto resultado de su actividad artesanal que relaciona más de 10 años de experiencia en el ejercicio de la misma. Por otra parte, como parte del proceso socio organizativo, se evidencia que la asociación está conformada hace más de 5 años como fruto del nivel organizativo alto de la comunidad, lo que cual ha permitió el fortalecimiento de la comercialización de los productos artesanales derivados de la palma de estera.</p> <p>Esta asociación se encuentra legalmente constituida ante cámara de comercio como una figura jurídica, pero no está actualizada debido a que en la asociación se han presentado problemas internos que le han impedido realizar dicho proceso.</p> <p>En la actualidad la Asociación ha participado en eventos nacionales e internacionales en ferias y eventos que le han permitido dar a conocer sus productos y obtener clientes importantes a nivel nacional e internacional</p> <p>La comunidad no cuenta con una base de clientes potenciales a los cuales hacerles algún seguimiento puesto que se evidencia un poco de desorganización en el tema administrativo</p>			





ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL	
Perfil del cliente	La comunidad de asoarchi cuenta con clientes regionales como son la tienda compai chipuco en Valledupar la cual es una tienda que vende artículos artesanales propios de la región. Turistas nacionales y extranjeros (europeos) que llegan a visitar el muelle en el municipio y se enamoran de las artesanías por sus colores y diseños
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Evento comercial en Cartagena del 31 de octubre a 04 de noviembre. Evento expo artesanías 2018 del 05 al 18 de diciembre en Bogotá.
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	Si la comunidad estuvo presente en la feria de Brasil en el mes de julio
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	La comunidad cuenta con el certificado de calidad por el Icontec y tienen registro de marca avalado por el ministerio de industria comercio y turismo
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	Asoarchi tuvo la oportunidad de cotizar los productos a un cliente de Canada para la empresa KASE, la cual desaba realizar la compra de unas esteras playeras que llevaran el nombre de la empresa como diseño, pero el cliente no tuvo mas comunicación con la líder para el cierre de negocio. En cuanto a la capacidad instalada la comunidad de asoarchi tiene una producción mensual de 20 productos por cada línea de producto por artesano lo que significa que su capacidad de producción





		<p>es buena y aceptable para la meta trazada por la comunidad.</p> <p>Las esteras de 2 metros se fabrican bajo pedido.</p> <p>La comunidad de asoarchi se encuentra legalmente formalizada desde el año 2005 como Asociación de artesanos de chimichagua, y cuentan con una estructura organizacional acorde a sus estatutos.</p>
Estrategia de diferenciación en producto		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
calidad	Fortalecer el tejido de la palma de estera	Realizar talleres en los que se les fortalezca y se resalte la importancia de hacer productos con calidad
innovación	Agregar al producto nuevas características, atributos, beneficios, mejoras, funciones, utilidades y usos	Examinar el producto actual y verificar que atributos nuevos pueden tener que sean llamativos a los consumidores
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
costos	Optimizar el costo de los productos	Realizar un taller en el que puedan participar todos los artesanos donde se les brinde una capacitación para aprender sobre los costos de cada producto
Integrar varios productos con un fin común	Precios de productos colectivos	Con esta estrategia se puede mezclar varios productos y ofrecer el conjunto por un precio reducido





Optimizar el mercado	Fijación de precios segmentada	Fijar precios por segmento de clientes según el tipo de comprador que tiene la asociación, esta fijación de precios va dirigida a clientes extranjeros (europeos) que van de turismo y desean llevar un recuerdo de la visita
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Uso de Redes sociales	Generar una comunidad de clientes en las redes sociales	Actualizar la página de red social Facebook para intercambiar experiencias y todo tipo de comentarios e información de las diferentes líneas de producto
Participación en el mercado	Tener mayor participación en feria y eventos de artesanías a nivel nacional	Buscar por medio de la web ferias y eventos próximos en los que pueda participar para atraer más clientes y así lograr fidelizarlos
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Canal mayorista	Venta directa en el lugar de consumo	El grupo puede ofrecer la posibilidad de vender sus productos al cliente mayorista (tiendas artesanales) sin intermediarios.
Canal minorista	Venta directa en el taller	Ofrecer a los clientes la opción de comprar a su gusto el producto que desea en el taller de fabricación





Consumidor final	Ofrecer al cliente productos que pueda necesitar en el momento o en una fecha especial	Crear en los clientes la necesidad de comprar el producto cuando lo requiera o cuando surja la necesidad de compra
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
Uso de redes sociales	Marketing Digital	Publicar información importante en la página de las novedades que tenga la asociación como por ejemplo lanzamiento de nuevos productos,
Oferta de los productos a nuevos segmentos	Organizar algún evento comercial	Con esta estrategia se puede crear un evento donde sean invitados tipo de compradores que no conocen el producto con el cual se puedan enamorar y comprar con esto captamos la atención de los nuevos clientes

