

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

MUJERES EMPRENDEDORAS DE GUACOCHÉ

2018

MUJERES EMPRENDEDORAS DE GUACOCHÉ				
	Técnica	Alfarería	Fecha de realización	29 DE AGOSTO DE 2018
Oficio	Alfarería			
Líneas de producto	Tinajas			
Departamento	Cesar	Municipio	Guacoché	
Asesor(a)	Laura marcela acero Márquez	Contacto	3003801692	
Técnico de la comunidad	Tirsa Elena Bula	Contacto	3167016135	



DIAGNOSTICO COMERCIAL

La Asociación Mujeres Emprendedoras de Guacoche actualmente se encuentra legalmente constituida en Cámara de Comercio de Valledupar desde el 14 de septiembre del 2017 como una constitución de persona jurídica denominada Asociación de Emprendedores de Guacoche.

Dentro de su objeto Social está la promoción social, económica y cultural de sus asociados en forma integral, sobre la base de la solidaridad, responsabilidad y equidad en beneficio de todas que deseen comprender este servicio por medio de programas y proyectos de orden social cultural, educativo deportivo, recreativo, y ambiental en instituciones privadas y públicas.

En la actualidad la Asociación ha participado en eventos realizados por la Gobernación del Cesar, programa de víctimas y pnud en municipio como Pueblo Bello y san José de Oriente dentro de los cuales su participación ha sido a manera de exposición de sus productos con el fin de darlos a conocer.

La comunidad no cuenta con una base de clientes potenciales a los cuales hacerles algún seguimiento puesto que su participación en el mercado es muy poca por ser una Asociación nueva que apenas se encuentra en la base inicial de sus productos

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	Tiendas artesanales de Valledupar Viveros (venta de plantas)
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Evento comercial en Cartagena en noviembre. La comunidad de mujeres emprendedoras tienen una meta para el 2019 abrir una tiendas de artesanías en la plaza principal del municipio donde puedan ofrecer sus productos.

Análisis de mercado externo





¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	A la fecha no han tenido participación en mercado internacional
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Aun no tienen certificado de calidad
<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>No tienen proyecto de exportar, están iniciando el proyecto.</p> <p>el nivel de producción de la comunidad es muy bueno debido a que el grupo de artesanas están comprometidas con el tema y todos los días se reúnen en el horario de 3 a 5 de la tarde para hacer el proceso de moldeado de las figuras y los días sábados lo tienen destinado para el proceso de quema y bruñido, por lo general la comunidad por semana tienen una producción de 30 tinajas.</p> <p>La comunidad tiene identificados los roles y responsabilidades desde el momento de conformación de la Asociación.</p>

Estrategia de diferenciación en producto

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Identificación de nuevas líneas de productos	Lanzar un nuevo producto complementario a la que tiene actualmente	Evaluar el mercado para ver qué tan viable es hacer un nuevo producto ejemplo vajilla
Innovar	Agregar nuevas características o atributos al productos	A la línea de producto que se tiene buscar un plus diferenciador de las otras artesanías de las región que las haga única



Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Precio inicial	Estrategia de precios de penetración	Por ser una comunidad nueva lo que se desea es que tenga clientes potenciales ofreciendo el producto a un precio bajo y asequible para que lo conozca y lo compren
Diferenciación de precios	Mantenimiento del precio frente a la competencia	La idea principal de ésta estrategia es la de mantener los precios para evitar reacciones imprevistas de los consumidores ante una subida de precios.
Adicionar nuevos productos	Estrategias de precios para productos opcionales o complementarios:	Los productos opcionales o complementarios son aquellos que sirven de complemento al producto principal, ejemplo los paltos para completar la vajilla, platos, cucharas
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Uso de Redes sociales	Generar una comunidad de clientes en las redes sociales	Crear la página de red social Facebook para intercambiar experiencias y todo tipo de comentarios e información de las diferentes líneas de producto
Atención al cliente	Tener comunicación activa con los clientes a través de redes sociales	Captar clientes a través de ofertar en la fan page (Facebook)
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		

<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Venta directa en el lugar del consumo	Ofrecer al cliente la oportunidad de vender sus productos en el domicilio con cita previa	Generar una campaña de impacto que le permita conocer a los clientes este servicio ofrecido por el grupo de artesanos
Venta directa en el taller de fabricación	Ofrecer la oportunidad de comprar las diferentes líneas de productos directamente en el taller o al gusto del cliente	Mantener un horario de atención a los clientes que deseen adquirir los productos en el taller de fabricación
Mercado de artesanías	Ofrecer los productos a eventos artesanales a un costo moderado	Buscar eventos artesanales donde no se ofrezca los productos hecho en barro y ofrecerlos a buen precio
<i>Nota</i>	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
oferta	Organizar algún evento o actividad en la zona urbana	Realizar un evento o una actividad en la plaza del pueblo donde tengan invitados de la ciudad que puedan adquirir sus productos
Promoción del producto	Imprimir y repartir volantes, folletos y tarjetas de presentación	Destinar dos días a la semana para ir a centros comerciales y repartir volantes con información importante de los productos con número de teléfono y dirección