



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



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
EL TUNO
2018**

<p>Etnia – Comunidad: NARP – El Tuno</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Corte y Ensamble</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>30/09/2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Trabajos en totumo</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Salero y pimentero, contenedores, bandejas, macetas</p>		
<p>Departamento</p>	<p>Cauca</p>	<p>Municipio</p>	<p>Patía (El Bordo)</p>
<p>Asesor(a)</p>	<p>María Camila Diez</p>	<p>Contacto</p>	<p>3117308318</p>
<p>Técnico de la comunidad</p>	<p>Miller Iván Llanos Daza</p>	<p>Contacto</p>	<p>3137670202</p>
<p style="text-align: center;">DIAGNOSTICO COMERCIAL</p>			
<p>El Tuno, es una Vereda del Patía que queda aproximadamente a treinta minutos del casco urbanos del Bordo, donde se localiza el grupo artesanal, y razón por la cual reciben su nombre.</p>			



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326
/27 /28 /29
www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co
Bogotá, D.C. - Colombia





El tuno es una comunidad con historia y presente artístico, dignos representantes de la cultura NARP.

Es un grupo nuevo dentro del programa de fortalecimiento empresarial, conformado por 25 integrantes.

La comunidad artesanal EL TUNO, se muestra con voluntad de trabajar pero con bastante desconocimiento en el tema de la formalización, control financiero y comercialización.

En materia de mercado y comercialización El TUNO como grupo de artesanos no ha realizado ningún tipo de comercialización de sus productos, sin embargo el artesano líder si ha realizado comercialización; los productos que ha comercializado son lámparas (\$ 70.000), fruteros (\$ 50.000), tortugas (\$50.000), llaveros (\$ 7.000) y termos (\$ 10.000); dichos productos los ha ofrecido en las fiestas del Tuno y la exposición en la pachuca; donde tuvo la oportunidad de venderle a clientes para uso personal y domestico; aproximadamente las ventas se cuantifican en \$ 200.000 en cada evento.

En el momento el grupo artesano no cuenta con clientes fijos.

A través del grupo musical “Son del Tuno” originario de la zona, El Tuno como grupo artesanal tiene la oportunidad de participar como expositor a las fiestas del Bolívar Cauca para el 22 de Julio de 2018, y al Petronio Álvarez en la ciudad de Cali para el mes de Agosto.

El grupo no cuenta con nombre y logo; el grupo no posee buen manejo de redes sociales, no tienen una agenda de clientes, no realizan costeo a sus productos.

A nivel nacional, la comunidad de artesanos EL TUNO, durante el año 2018 que ha participado en el programa de fortalecimiento del Ministerio de Comercio en alianza con Artesanías de Colombia, ha sido invitado a un evento comercial en la ciudad de Cali en el mes de Julio, donde se comercializaron tortugas, pájaros, bandejas, contenedores, entre otros.

EL TUNO, cuenta con una ventaja competitiva en cuanto a la materia prima, debido a que sus productos son a base de totumo, fruto que abunda en la vereda, por lo que la materia prima para este grupo no tiene ningún costo económico, lo que se convierte en una estrategia de diferenciación y en precio.

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	1. NIVEL LOCAL • Evento Cruz de Mayo: La cruz de mayo es la celebración más





<p>comerciales</p>	<p>importante de la comunidad, y se lleva a cabo ahí mismo en la vereda el Tunó; es una fecha donde el tuno recibe muchos visitantes provenientes de ciudades como Popayán, Pasto, Ipiales y Cali.</p> <p>Generalmente el grupo artesanal participa de esta celebración pero de manera informal.</p> <ul style="list-style-type: none"> Wilson Mosquera: Es un profesor muy reconocido en el Patía, el cual ha adquirido numerosos productos artesanales del Tunó, y el mismo los comercializa en Popayán a conocidos, estudiantes y tiendas. <p>2. NIVEL NACIONAL</p> <p>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 Lorica/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
--------------------	---





	<p>Barranquilla/Diciembre</p> <ul style="list-style-type: none"> Feria artesanal en Villavicencio/Diciembre 	
Análisis de mercado externo		
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	No han tenido participación en eventos y ferias a nivel internacional, ni han desarrollado acercamientos para ello.	
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.	
<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>El grupo no se encuentra formalizado legalmente, sin embargo, se están iniciando las gestiones para su formalización, se ha adelantado en cuanto a estructura organizacional, funciones y estatutos.</p> <p>El número de artesanas que cuentan con la habilidad productiva en la comunidad es de 6 (relativamente baja), no cuentan con las herramientas adecuadas para la producción, su proceso es 100% manual y con herramientas caceras (básicas), además el grupo es nuevo en el tema de artesanía y no cuentan con la experiencia suficiente en técnicas en totumo como: pirograbado, corte, tintes naturales.</p> <p>El nivel de producción mensual del grupo es de 10 unidades de cada referencia de producto: Macetas, Contenedores, Bandejas, Salero y pimentero.</p> <p>El propósito del grupo es recuperar las tradiciones del trabajo en totumo y transmitir la técnica para que los jóvenes de la comunidad retomen la cultura.</p>	
Estrategia de diferenciación en producto		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad





Reconocer el totumo como un fruto propio de la región el cual se convierte en una materia prima resistente, pero a su vez delicada, elegante para la elaboración de artículos de decoración.	Generar una posición única y exclusiva en el mercado	Ofrecer un producto 100% a base de totumo, sin procesos industriales, y elaborado 100% a mano; si el cliente adquiere un producto del TUNO se estará llevando un pedacito de la región y de la cultura.
Elaborar productos exclusivos a base de totumo, debido que al fruto se le puede dar forma si se trabaja desde su nacimiento	Darle forma al totumo, de acuerdo con los productos a elaborar	Teniendo en cuenta que el totumo nace en la vereda el tuno, los artesanos utilizando elementos como cabuya, tarros, entre otros, Pueden darle forma al totumo de acuerdo con los productos que se desean elaborar. Es decir, el totumo en su fase inicial se adapta a la forma del material donde se encuentre. Por ejemplo, un totumo en su fase inicial se inserta en una botella de gaseosa, esto lograría que tomara una forma alargada.
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Materia Prima	Sembrar, sostener y cuidar las plantas de totumo que se encuentran en la vereda	La comunidad debe sostener y cuidar el cultivo de totumo que se encuentra en la zona, de igual manera sembrar nuevas plantas, con el objetivo de que la materia prima siempre sea abundante; lo que genera que el precio del producto sea bajo respecto a otros productos a base de totumo.
Costos	Optimización de	Practicar las técnicas de pirograbado,





	costos de mano de obra	corte, ensamble y tintes naturales, en totumo, ganando experiencia, para lograr elaborar los productos en menos tiempo.
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Generar mayores ingresos Promover la venta al por mayor	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 por ventas al por mayor (más de 12 unidades)
Retener a los clientes	Aplicar descuento de hasta el 10% a los clientes fieles	Teniendo en cuenta la tabla de precios de los productos, el grupo puede realizar descuentos de hasta el 10% a sus clientes más fieles, es decir, que ha adquirido sus productos en más de 2 oportunidades.
Generar mayor volumen de ventas Ampliar la lista de clientes Impactar mas personas	Plan de referidos	Por cada nuevo cliente que adquiera productos del Tuno, el cliente referente recibirá un descuento del 5% en su próxima compra; el descuento del 5% será acumulable por tantos clientes nuevos que refiera.
Nota: Los descuentos o promociones no son garantía de fidelidad, sin embargo es una estrategia excelente para reforzar la relación con los clientes; además hay que tener en cuenta que el grupo artesanal El Tuno, debido a que sus productos no requieren procesos de producción complejos, ni gran uso de maquinaria ni herramientas, ni gran cantidad de insumos; tienen un alto margen de utilidad, el cual pueden utilizar a su favor, aplicando descuentos, obteniendo así mayor volumen de ventas.		
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 fuentes 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.
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Stand en celebración Cruz de Mayo	Recrear un stand cultural donde no solo ofrezcan sus productos, si no prestar otros servicios que llamen la atención de los visitantes	La Cruz de Mayo es la celebración más importante del Tunó, la cual se lleva a cabo en la misma vereda, durante esta semana se reciben más de 300 visitantes provenientes de Popayán, Pasto, Ipiales y Cali. El grupo artesanal el Tunó generalmente ha vendido sus productos de manera informal debido a lo que genera el voz a voz. Para el año 2019, el grupo tiene el propósito de adecuar un sitio para comercializar y distribuir sus productos, este no solo va a ser de artesanías si no que va a tener otros atractivos: <ul style="list-style-type: none"> • Restaurante, donde ofrezcan platos propios de la región, como el Kumis Patiano, Cuca, Postres. • Museo afro, donde expongan los sucesos más importantes de la cultura afro de la región.





		<ul style="list-style-type: none"> Recorridos o caminatas por la zona, ofrecer a los visitantes un tour, para conocer los sitios emblemáticos. <p>El objetivo es la apertura de un stand durante la celebración para tener mayor impacto, depende del resultado se definirá si se establece durante todo el año.</p>
Participación en ferias locales y nacionales	Participar en ferias locales y nacionales patrocinados, debido a la influencia del SON DEL TUNO (grupo musical reconocido proveniente del Tuno)	<p>El Son del Tuno es un grupo musical reconocido en la zona andina y pacífico, y son originarios del Tuno, el grupo ha permitido que la comunidad del Tuno gane popularidad; y debido a su reconocimiento, logré la participación del grupo artesanal en los eventos de Patía y Cali, donde tienen gran influencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> Feria del Bordo en el Bordo/Junio Petronio Alvarez en Cali/Agosto Feria de Cali/Diciembre
Redes sociales	Comercializar los productos a través de redes sociales	Las redes sociales son un espacio para conectarse con amigos y conocer nuevas personas, sin embargo también son espacios que permiten compartir información entre esas, comercializar productos y/o servicios, para EL TUNO se creará una cuenta de Facebook (red social más visitada), la cual se alimentará de información y se publicarán los productos, seguido de esto se buscarán clientes potenciales.
<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	Estrategia	Actividad





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



identificada		
<p>Ser una herramienta de recordación al cliente.</p> <p>Permite mostrar y describir todos los productos que el grupo produce</p>	<p>Catalogo de productos</p>	<p>El grupo artesanal ha tenido muy buena acogida a nivel nacional, debido a que el producto llama la atención por ser de un fruto, tienen clientes potenciales, sin embargo después del primer contacto no se vuelve a tener un acercamiento, para esto es necesario elaborar un catalogo de productos, que se pueda enviar por redes sociales, para enseñarle al cliente el producto y recordarle el porqué fue que llamo su atención</p>



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29

www.artesantiasdecolombia.com.co Email: artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

Bogotá, D.C. - Colombia

