


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

Comunidad de Morichito

2018

<p><b>Etnia – Comunidad:</b> <b>Saliba – Comunidad de Morichito</b></p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p>Alfarería, talla de madera y tejeduría</p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p>1 de diciembre de 2018</p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Alfarería, talla de madera y tejeduría</p>		
<p><b>Líneas de producto</b></p>	<p>Productos en madera, productos tejidos entre otros</p>		
<p><b>Departamento</b></p>	<p>Casanare</p>	<p><b>Municipio</b></p>	<p>Hato Corozal</p>



<b>Asesor(a)</b>	Mónica Gonzales – Carlos Cruz	<b>Contacto</b>	
<b>Técnico de la comunidad</b>	Eduardo Humeje	<b>Contacto</b>	
<b>DIAGNOSTICO COMERCIAL</b>			
<p>La comunidad detectó con trabajo arduo cuatro oficios artesanales: Talla de madera, Alfarería, Cestería y Tejeduría. En cada oficio existe un maestro o una maestra artesana que se encarga de reproducir y compartir saberes relacionados con las técnicas y las tecnologías.</p> <p>En la búsqueda de los referentes culturales diferenciadores y caracterizadores del pueblo Saliba, surgieron diversos testimonios de los significados ancestrales y espirituales de este contexto llanero. Algunos de los resultados dependían de los oficios en los que se desempeñan los artesanos.</p> <p>El grupo no maneja un adecuado costeo de sus productos, no lleva un registro o inventario de materias primas, insumos y/o clientes. El grupo no cuestiona que el valor de su mano de obra es distinto a la ganancia que obtienen de cada artesanía, por lo mismo es necesario capacitar en torno a la plusvalía y el beneficio socioeconómico de su trabajo</p>			
<b>ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL</b>			
Perfil del cliente	Por lo general el perfil del cliente detectado En el desarrollo comercial de esta comunidad, se encuentra ubicado en la zona local, son personas de estrato medio bajo, con bajo poder adquisitivo y generalmente se venden los productos por el voz a voz		
<b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>			
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Actualmente la comunidad participa en eventos a los cuales son llevados por Artesanías de Colombia tales como Expoartesanias y a la cual asistirá en la presente edición de Expoartesanias 2018		
<b>Análisis de mercado externo</b>			
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	(Eventos o ferias en los que podrían participar, fechas y precios. Ferias y eventos en los que han participado)		
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	En la actualidad la comunidad no cuenta con ningún tipo de certificación de calidad ni ningún sello que acredite la originalidad y calidad de sus productos		



Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	En la actualidad la comunidad no se encuentra en las condiciones y la madurez requerida para entablar y afrontar relaciones de carácter internacional	
<b>Estrategia de diferenciación en producto</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Productos novedosos	A través del acompañamiento del componente de diseño, desarrollar productos con características de la comunidad y aspecto novedoso y ajustado a las tendencias	A través de los diferentes talleres desarrollados por el componente de diseño, crear productos nuevos con características propias. Que cuenten una historia
Innovación colaborativa	Buscar sugerencias y recomendaciones por parte de los clientes potenciales y compradores actuales	A través de las sugerencias y diferentes recomendaciones de los clientes potenciales y compradores actuales
<b>Estrategia de diferenciación en precio</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Comportamiento del mercado	Como una de las principales intenciones de los productos y desarrollos, se buscará competir con calidad, innovación y desarrollos y no con precios. Estableciendo unos precios acordes al comportamiento del mercado	A través de los diferentes adelantos por parte del componente de diseño. Generar características diferenciadas y únicas en los productos desarrollados
Mejores proveedores	A través de la investigación de proveedores con base a calidad y precio. Buscar diferentes tipos de proveedores que permitan disminuir los costos en materia prima	Buscar vínculos y contactarse con otros proveedores de las diferentes materias primas, con la finalidad de buscar mejores y más competitivos materiales



		que permitan disminuir el costo de venta de los productos
<b>Estrategia de Fidelización de Clientes</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Atención y productos personalizados	Brindar un servicio personalizado y la opción de personalizar los productos	Además de la atención personalizada ofrecida en los talleres de atención comercial. Brindar a los clientes la opción de personalizar los productos que requieran según sus necesidades sin dejar de lado la esencia de la comunidad y la esencia del producto
Compartir información	A través de los diferentes medios de comunicación, compartir con los clientes y compradores más significativos. La primicia y adelanto de nuevos desarrollos	Hacer uso de los diferentes medios de comunicación como teléfono o Whatsapp para compartir con los clientes las diferentes novedades de los productos
<b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Eventos y ferias	Se usarán los diferentes eventos y ferias para promocionar y comercializar los productos de la comunidad	A través de la participación de la comunidad en los diferentes eventos y muestras, y ferias organizados por entidades como Artesanías de Colombia o los entes territoriales como las Cámaras de Comercio o las alcaldías promocionar y comercializar los diferentes productos.
Canal Directo (Residencia artesano líder)	Usar la residencia del artesano líder o de algún artesano que proporcione el espacio para facilitar los procesos de venta con los diferentes interesados	Como medida provisional, mientras se puede establecer un local comercial. Usar la residencia del artesano líder, el taller de elaboración de los productos o la residencia de un



		artesano del grupo para funcionar como punto de venta
Canal Indirecto corto	Buscar alianzas con tiendas especializadas y generales de la región	Buscar alianzas con las diferentes tiendas artesanales especializadas y generales para empezar a posicionar los productos en espacios idóneos para el tipo de producto
<b>Nota</b>	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	
<b>Estrategia de diferenciación en promoción</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Eventos feriales	Hacer uso óptimo de las oportunidades en cuanto a la participación en eventos comerciales para promocionar el producto y generar recordación	A través de la participación en los diferentes encuentros regionales y nacionales de Artesanías de Colombia y los demás eventos en los que se haga participe la comunidad

