



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**

**Resguardo Valle de Sibundoy - Curarte**

**2018**

<p><b>Etnia – Comunidad:</b> <b>Resguardo Valle de Sibundoy</b></p> <p><b>Grupo – Curarte</b></p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p>Tejeduría en chaquira y guanga</p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p>29 de septiembre de 2018</p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Tejeduría en Guanga, talla en madera, tejeduría en chaquira</p>		
<p><b>Líneas de producto</b></p>	<p>Líneas en Chaquira: collares, aretes, manillas, set en bisutería Línea en guanga: fajas, camino de mesa, sayo, talla en madera, mascararas, esculturas, sillas.</p>		
<p><b>Departamento</b></p>	<p>Putumayo</p>	<p><b>Municipio</b></p>	<p>Sibundoy</p>



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





<b>Asesor(a)</b>	Angela Viviana González Rodríguez	<b>Contacto</b>	3205716482
<b>Técnico de la comunidad</b>	Teresa Jacanamejoy	<b>Contacto</b>	3107688112

**DIAGNOSTICO COMERCIAL**

Dentro del Resguardo Valle de Sibundoy existe un grupo de artesanos llamado CURARTE, este se crea como iniciativa por parte de la señora Teresa Jacanamejoy actual artesana líder del grupo, donde la motivo el rescate de las tradiciones del Pueblo Camëntsá, en aras de generar conciencia respecto a la pérdida de la cultura material e inmaterial del mismo, se inicia con reuniones familiares que desarrollan proyectos en música medicinal, medicina tradicional, esencias y productos artesanales propios, los cuales caracteriza a la comunidad, ellos definen el grupo como:

*“Curarte es una organización que surge de la necesidad de generación de empleo alternativo, donde, a través de la creación de elementos decorativos energéticos se pretende brindar a los clientes una posibilidad de recibir una muestra cultural de nuestra comunidad indígena milenaria Kamëntsá acentuada en el departamento del Putumayo - Colombia, Municipio de Sibundoy.” (Curarte 2018).*

El grupo curarte tiene una sede de encuentro en la zona urbana, en el barrio Pablo XI en una de las casas de un miembro de la comunidad, también cuenta con una sede en la zona rural ubicada en la vereda la menta, lugar donde realizan sus actividades artesanales, es un grupo que para la vigencia 2018 dentro del programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Pueblos Indígenas y Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y palenqueras- NARP en Colombia, forma parte de las comunidades nuevas, es decir de forma inicial se arranca fortaleciendo los diferentes componentes socio organizativos y de producción, contando con la participación de 20 artesanos.

A pesar de ser un grupo nuevo, posee unas fortalezas que le han permitido crecer como comunidad artesanal, el cual les ha permitido obtener un nivel de reconocimiento local y nacional, la comunidad cuenta con certificación de calidad otorgada por Icontec 9001, respecto a su proceso artesanal en el tallado de madera, un certificado que de manera conjunta se otorga a aquellos artesanos que realizan su actividad artesanal sin recurrir a ningún proceso de industrialización, denominado *“Hecho a Mano”*, lo cual le permite al grupo poseer un ventaja competitiva ya que se esta garantizando al cliente que obtiene un producto con los más altos estándares de calidad, amigable y sostenible con el medio ambiente, en la vigencia el grupo ha contado con la asesoría en diferentes componentes comerciales y administrativos los cuales les permitan mejorar su estructura organización y puedan ser competitivos en el mercado; herramientas como: procesos de costeo de producción, el cual les permite fijar precios de venta para los productos y estos sean acordes al porcentaje de utilidad que se espera ganar y a su vez que sean competitivos en el mercado, manejan estrategias de fidelización de clientes, donde se caracterizan por atender los requerimientos minuciosos de sus clientes, conocedores de que el producto que elaboran lleva consigo una carga de tradición y ancestralidad, se lleva un registro de las cuentas contables a través de un libro o cuaderno diario donde se consigna el recurso que ingresa y el que se gasta. El grupo Curarte ha contado con la participación de diferentes eventos feriales, el cual le ha





permitido dar a conocer los productos que la comunidad elabora y realizar contactos comerciales, la venta de los productos se realiza directamente con los artesanos de la comunidad y en caso de contar con un pedido significativo se distribuyen las labores de la actividad artesanal, el cual permita cumplir con el pedido en el tiempo y con la calidad que el cliente lo requiera.

Por el momento el grupo no ha realizado el proceso de formalización empresarial, se encuentra realizando el proceso, en la elaboración del acta de constitución y estatutos de la asociación que el grupo desea conformar, el grupo posee una plataforma estratégica donde se plantea la misión, visión:

Misión

*“Fortalecer, recuperar y practicar las tradiciones; pensamientos propios de la cultura Kamëntsá a través del lenguaje del arte, brindando salud y armonía en cada una de nuestras artesanías.”*

Visión:

*“Convertirse en una organización socio-cultural, donde podamos aprender y ofrecer nuestros conocimientos mediante la conformación de escuelas de intercambio y mingas pensamiento, para así ser pioneros en innovación de productos artesanales con sentido tradicional”.*

Planteamiento estratégico que se está reevaluando con el objeto comercial y tradicional que se pretende conformar a través de la asociación, los cuales también se pretende unificar con los objetivos estratégicos, principios, valores y organigrama, los cuales se puedan plasmar en un portafolio de servicios del grupo de artesanos Curarte.

La comunidad aun no maneja un recurso interno o fondo comunitario, por lo cual es muy importante fortalecer, para sufragar gastos importantes del grupo.

**ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL**

Perfil del cliente	<p>El perfil del cliente o segmento de mercado que posee Curarte son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Turistas nacionales y extranjeros: ya que son personas que se identifican con productos que contengan carga cultural e identidad, como son los productos del grupo Curarte.</li> <li>✓ Compradores locales, almacenes de bisutería y accesorios.</li> <li>✓ Diseñadores Maestros Ancestrales Lina Mattos - Atelier Crump, Manuela Álvarez – MAZ, Makis Medina-CUYAMATA SAS, Luisa Ortiz y Diego Guarnizo de la marca SOY.</li> <li>✓ Estrato socioeconómico medio alto, con buen gusto por el arte y valor energético de los productos.</li> </ul>
<b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>	
La comunidad puede participar a los siguientes eventos comerciales:	





<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Eventos locales:</b> Carnaval del Perdon el cual se lleva a cabo los días 11 y 12 de febrero</li> <li>✓ <b>Eventos regionales:</b> para la vigencia 2019 se realizarán los siguientes eventos que promueven la actividad microempresarial de la región: Expoasis 2019, la cual se lleva a cabo en la ciudad de Puerto Asís, la 3ª versión de la Feria del Chontaduro aproximadamente se llevara a cabo en el mes de mayo, Expomocoa en la ciudad de mocoa en el mes de noviembre.</li> <li>✓ <b>Eventos Nacionales:</b> participación en los encuentros de economías propias, expo artesano y expo artesanías, Ferias lideradas por Artesanías de Colombia, exporartesanal que se llevara a cabo en la ciudad de Armenia “<i>el Origen del Arte Hecho a Mano</i>”, el cual se lleva a cabo a aproximadamente en los meses de mayo.</li> <li>✓ <b>Eventos internacionales:</b> el vecino País Ecuador exactamente la ciudad del Lago Agrio cerca de la frontera a través del Puente Internacional de San Miguel, se realizan constantes ferias en lo recorrido del año, las más representativas y que apoyan iniciativas de emprendimiento artesanal son: “<i>Expo Feria de Lago Agrio Emprendedor 2019</i>”, en marco de la celebración de los 40 años de fundación del Cantón de Lago Agrio, la cual se llevara a cabo los días sábado 17 y domingo 18 de junio, en el parque Recreativo Nueva Loja, “<i>Sucumbíos Produce e Industrializa 2018</i>”, la cual se llevara a cabo en los días 10, 11 y 12 de febrero, en marco de la celebración de su XXIX aniversario de Provincialización, “<i>Feria de Turismo, gastronomía y de Emprendimiento</i>” los días 21 y 22 de septiembre, en marco del día internacional del turismo.</li> <li>✓ Anexo a la anterior información se relaciona una base de datos de potenciales clientes, como son hoteles y bisuterías, el primero ya que son turistas los que compran este tipo de accesorios y dentro de la cadena de turismo después del transporte están los lugares de alojamiento donde el segmento llegara, y las tiendas de bisutería ya que son el lugar donde se pueden exhibir los productos artesanales.</li> </ul>
<b>Análisis de mercado externo</b>	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p>	<p>Hasta la fecha la comunidad aún no ha hecho acercamiento a ferias o eventos internacionales.</p>





<p>Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.</p>	<p>El grupo cuenta con la Certificación Sello Hecho a mano, la cual es otorgada por Icontec y Artesanías de Colombia, la comunidad recibió este reconocimiento el pasado 20 de septiembre, El Sello de Calidad ICONTEC Hecho a Mano contribuye a la gestión, desarrollo y competitividad de los artesanos, generando confianza en sus productos, con beneficios para el mismo artesano y para los consumidores. Este sello un distintivo de calidad para demostrar y garantizar que una artesanía certificada contiene los mas altos estándares de calidad, cuyo beneficio es otorgar un distintivo de calidad para demostrar y garantizar que una artesanía es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Un producto Hecho a Mano.</li> <li>✓ Un trabajo creativo del artesano colombiano.</li> <li>✓ Un símbolo de tradición y cultura.</li> <li>✓ La diferencia entre producto artesanal auténtico y los similares de tipo industrial.</li> <li>✓ Un apoyo a las comunidades que han vivido tradicionalmente de la artesanía.</li> <li>✓ Un producto autóctono para mercados internacionales.</li> <li>✓ promueve la compra de los productos artesanales hechos a mano y su introducción en nuevos mercados.</li> <li>✓ En el mercado interno y externo esta certificación asegura que los productos artesanales cumplen con requisitos de calidad establecidos en los Referenciales o Normas Técnicas de calidad.</li> <li>✓ La certificación es una valiosa herramienta en transacciones comerciales, por cuanto genera confianza y respaldo por parte de la entidad certificadora.</li> </ul>
<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>La Comunidad por el momento cuenta con el perfil de exportador, el poseer un sello de calidad le permite obtener una ventaja competitiva, lo cual le permitirá abrir nuevos mercados, para ajustarse aun mas en este proceso, la comunidad debe definir su proceso de formalidad para poder ajustarse a las exigencias de los mercados.</p>
<p><b>Estrategia de diferenciación en producto</b></p>	





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Tiempo de producción altos.	Perfeccionar la técnica de tejido en guanga y chaquiras y talla en madera con el ánimo de disminuir los costos de producción.	-Realizar actividades o talleres de perfeccionamiento de técnica, con el fin de agilizar los procesos de producción y contar con el producto en un menor tiempo posible.
<b>Estrategia de diferenciación en precio</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Poder de convencimiento de los productos para concretar ventas efectivas y convencer respecto a los precios, que justifiquen por qué paga el precio del producto.	Nuestro cliente está dispuesto a pagar por un producto que tenga historia y carga cultural, donde sienta que está contribuyendo al desarrollo de una comunidad, un producto que le garantiza los estándares de calidad por ello tiene un sello que lo certifica como tal. Los medios de pago son por lo general en efectivo y a menor escala a través de transacción bancaria.	Conocer con propiedad cada uno de los detalles del producto como sus ventajas, beneficios y porque no sus defectos, los cuales permitan tener un discurso acorde a todas y cada una de las exigencias del potencial cliente.
<b>Estrategia de Fidelización de Clientes</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Trato con nuestros clientes	Atención personalizada con el cliente, donde se atiende cada una de las especificaciones que él requiere y ajustando el diseño de los productos en lo que el desea.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender las solicitudes de los clientes de forma personalizada</li> <li>• Mostrar empatía con las necesidades y motivaciones de nuestros clientes.</li> </ul>





		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder las dudas, consultas, problemas o comentarios en la menor brevedad posible.</li> <li>• Generar conexión: hacerles partícipes de los procesos de producción, pedir su opinión, interactuar con ellos, motivarles con recompensas que generen valor.</li> <li>• Tener en cuenta siempre los pequeños detalles como ser gentiles con el saludo, despedirse educadamente y conocer detalladamente a nuestro cliente, son aspectos que nos diferencian.</li> </ul>
Certificación de calidad Hecho a mano de Icontec.	Campañas publicitarias por redes sociales donde se promuevan el apoyo de los clientes por la contribución a la cultura apoyando la compra de los productos Curarte, los cuales contiene calidad y tradición.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar Productos identificados con alta carga cultural, calidad y entrega oportuna</li> <li>• Promocionar la Marca Curarte, entre nuestros clientes, donde ellos se sientan orgullosos de poseer un producto con carga cultural, motivándolos con su aporte a la cultura de la región.</li> </ul>

**Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución**

<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Canal de comercialización tradicional o convencional – Canal Directo.	Entregar el producto al cliente a través de la venta directa, donde exista dos niveles de intermediarios la comunidad quien es la que directamente produce y este sea vendido al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar ventas a domicilio</li> <li>• Venta directa en eventos feriales o ruedas de negocio.</li> <li>• Utilizar empresas que ofrecen el servicio logístico o de transporte con el fin de hacer llegar los respectivos pedidos como son: Servientrega, envía, entre otros.</li> </ul>





Canal audiovisual y electrónico- Canal Directo	Aprovechar el uso de medios tecnológicos el cual permitan dar a conocer los productos y eventos que realiza la comunidad y de esta forma llegar a clientes potenciales	Crear cuenta en la red social Facebook y dar a conocer los productos que la comunidad elabora, como también la participación en espacios y eventos feriales y diferentes actividades.
Canal corto de comercialización	Utilizar el canal corto de comercialización el cual posee 3 niveles: el productor, el detallista o intermediario y el usuario final	Contar con contactos comerciales de distribuidores, mayoristas y minoristas de elementos de bisutería y accesorios.
<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
Aprovechamiento de las nuevas tecnologías	Contactar a través de las redes sociales potenciales clientes o socios claves que permitan tener a futuro una relación comercial.	Divulgar y dar a conocer los productos que la comunidad realiza, como también de los eventos que participa y sus actividades sociales.
Marketing viral	Un gran porcentaje de las ventas son realizadas gracias a recomendaciones hechas por amistades, es así como el marketing "voz a voz", provoca una gran acogida, ya que es una recomendación de una persona que conoce el producto y ha tenido una experiencia positiva, anima a pasar el mensaje a otras personas volviéndolo así viral, generando el marco ideal para un crecimiento exponencial de dicho mensaje.	Generar experiencias altamente positivas desde el primer contacto con nuestro cliente, que el sienta que posee un producto con alta carga de cultura e identidad del grupo de artesanos Curarte.

