

“PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS INDÍGENAS EN COLOMBIA”

(Convenio Interadministrativo No. 263 de 2017 Suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A)

**PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO FOCALIZADO
COMUNIDAD RESGUARDO CAMENTSA INGA SAN FRANCISCO
2017**

<p>Etnia – Comunidad: Comunidad Resguardo Camentsa Inga San Francisco</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Tejeduría y Tallado</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>3 de Noviembre de 2017</p>



Oficio	Ensartado a mano en telar, Tallado en Madera		
Líneas de producto	3		
Departamento	Putumayo	Municipio	San Francisco
Asesor(a)	Janeth Cristina Cárdenas Agreda	Contacto	310 3831420
Técnico de la comunidad	Walter Chindoy	Contacto	311 7563610

DIAGNOSTICO COMERCIAL

El Resguardo Camentsa Inga de San Francisco no está legalmente constituido, sin embargo poseen un grupo de aproximadamente 30 personas las que se dedican a la producción de artesanías, trabajan de la mano con el cabildo, el cual les brinda todo el apoyo en cuanto a los espacios de trabajo como en la comercialización de las artesanías. Cada uno de sus integrantes realiza productos artesanales los cuales pueden dejar en exhibición en el espacio que les brinda el Cabildo o de lo contrario pueden realizar la venta de manera individual, muchos de ellos pertenecen a asociaciones legalmente constituidas.

Dentro de los integrantes de este grupo de artesanos existe un representante el cual posee un Rut que le permite realizar transacciones comerciales y es la persona que dirige y orienta. Las debilidades que se deben fortalecer dentro de esta comunidad son en la parte administrativa que comprende el registro contable, estructura organizacional y cumplimiento de funciones

Cuentan con un Punto de Venta estratégico donde exhiben sus productos, ubicado dentro de la Casa cabildo, participa de eventos, ferias con el fin de buscar nuevos mercados, cuenta con un catálogo de Productos, precios estandarizados, falta fortalecer el registro de inventarios, registro



de clientes potenciales.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

¿Quiénes son sus clientes actuales y cómo pueden buscarlos?

<p>Perfil del cliente</p>	<p>En el momento la comunidad del Resguardo Camentsa Inga cuenta con tres clientes fijos:</p> <p>Observatorio de Colibríes de la ciudad de Bogotá</p> <p>Elizabeth Castro – Tienda Artesanías en la ciudad de Tuluá</p> <p>Caballo de Troya – Tienda de Artesanias en la ciudad de Medellin</p> <p>Comerciantes Intermediarios ciudad de Mocoa</p>
<p>Estrategias de fidelización</p>	<p>Incorporarse en el mercado de las redes sociales con el fin de estar en permanente contacto con el cliente y de esta manera conocer las expectativas en cuanto a los productos que se ofrecen.</p>

¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?



<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>Por el momento no se cuenta con una negociación sin embargo se espera que en Expo artesanías 2017 podamos concretar buenos clientes para el año que viene o para el resto de este año.</p>
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p>	<p>El departamento del Putumayo no cuenta con ferias específicas sin embargo se debe destacar algunos eventos en los cuales se tiene en cuenta a los artesanos como son: las ferias municipales en las fiestas patronales y un evento esporádico que realice alguna de las empresa existentes como Corpoamazonia Negocios Verdes, Ecopetrol y hoy en día el proyecto que se ejecuta con Artesanías de Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p> <p>Ha participado de las siguientes ferias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuentros de Economías Propias Expo artesanías Bogotá, 2015 – 2016 • Encuentro Micro empresarial, Puerto Asís 2016 • Expo artesano La Memoria Medellín – Abril, 2017 • Feria de Tuluá, Junio, 2017



<p>¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?</p>	<p>Atraves del Fomento Turístico que se está desarrollando con Turismo y Paz en el departamento del Putumayo (Restaurantes, Hoteles, agencias de viajes)</p>
<p>Observaciones:</p>	
<p>Análisis de mercado externo</p>	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?</p>	<p>El grupo en si no ha salido a eventos internacionales, sin embargo algunos de los productos si han salido a través de terceros.</p>
<p>Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.</p>	<p>No Aplica en el momento.</p>
<p>Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>La comunidad cuenta con una organización la cual no está legalmente constituida, trabaja a través del cabildo o con el Técnico quien posee Rut para las transacciones comerciales que se requieran, No cuenta con una estructura organizacional, pero si con un alto número de artesanos para la producción de artesanías.</p>



Observaciones:			
Resultados comerciales proyectados			
Producto	Precio	Cantidad de unidades ventas 2016	Ventas proyectadas 2017
Bolsos tejidos en Guanga, Tejidos en Chaquira, Tallado en Madera		\$ 3.228.000	\$8.000.000
VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	\$2.000.000	Tasa de efectividad	Solo tener en cuenta el 10%
Estrategia de diferenciación en producto			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
Variedad de Producto	Mostrar las diferentes líneas de productos.	Tener un stock considerable para la participación de eventos o para los posibles negocios. Inventario de Productos.	



Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Cantidad de Productos	Fidelización de Clientes	Ofrecer nuevas experiencias a los clientes ya fidelizados con ofertas, promociones, atención más personalizada
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o Importadores	No Aplica	No Aplica
ONG'S y fundaciones	No Aplica	No Aplica
Empresas minoristas	No Aplica	No Aplica
Almacenes de cadena y grandes superficies	No Aplica	No Aplica
Tiendas minoristas especializadas	Colocar Productos en rotación a través del sistema de consignación	Contar con una serie de productos disponibles para la rotación para dicho acuerdo..



Empresas manufactureras	No Aplica	No Aplica
Instituciones corporativas publico / privadas	No Aplica	No Aplica
Redes sociales / pagina web	Visualización de otro tipo de clientes a través de las redes sociales	Construcción de las redes Sociales como canal de distribución.
Venta directa	Exhibición de Producto	A través del punto de venta que tiene en el cabildo aplicar los conocimientos de exhibición de los productos de tal manera que su exposición llame la atención a sus visitantes.
Referidos voz a voz	Buscar a través de nuestros clientes las sugerencias hacia nuestros productos, permitiéndole generar confianza y a si mismo satisfacción.	En el momento que tengamos un cliente y el cual nos pueda regalar unos minutos de su tiempo realizar una pequeña encuesta de satisfacción y mejora del producto-
Participación en ferias, eventos y encuentros	Teniendo como base el formato de Clientes Potenciales diligenciar lo correctamente para incluirlo en la base de datos y de esta manera hacerle llegar a través	Aplicación del Formato de Clientes Potenciales.



	del canal de comercialización establecido lo nuevo que ofrece la organización los eventos en los cuales nos vamos a encontrar.	
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Publicidad	Emprender campaña Publicitaria	Rotación de en feria y eventos de las tarjetas de presentación, catálogo por medio de correo electrónico y todo canal que le brinde apertura a nuevos clientes.
Observaciones:		

