



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

SAN LUIS DE ZAMA

2018

<p>Etnia – Comunidad: PIAROA – SAN LUIS DE ZAMA</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Tejeduría en mamure, cucurito y chiqui-chiqui</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>Octubre 2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Cestería en bejuco, mamure y piragua, cestería en urú, cestería en chiqui-chiqui y tiritita, talla y amarres en mawa, totumo, seje, cucurito y talla en madera de pendare</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





Líneas de producto	Percheros, joyeros y garabatos en madera de pendare, nasa lámpara, maracas, individuales, posavasos y peines en mawa, seje y cucurito, balay, fruteros, sebucanes y carteras en chiqui-chiqui y tiritá, canastos y carteras en urú, paneras, dulceras y bandejas en bejuco y mamure.		
Departamento	Vichada	Municipio	Cumaribo
Asesor(a)	Dahian Santiago Patiño Gonzalez	Contacto	3182058798
Artesano líder de la comunidad	Juan Rodríguez	Contacto	3503170163

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad San luis de zama localizada en la selva mataven perteneciente al municipio de Cumaribo, Vichada es un grupo nuevo dentro del programa de fortalecimiento productivo y empresarial, conformado por 40 integrantes.

Es un grupo que inició la producción y elaboración de artesanías en el año 2000, llevan 18 años perfeccionando la técnica, desarrollando nuevas líneas de producto y participando en eventos comerciales a nivel local, regional y nacional.

La comunidad posee diferentes oficios artesanales como: Cestería en bejuco, mamure y piragua, cestería en urú, cestería en chiqui-chiqui y tiritá, talla y amarres en mawa, totumo, seje, cucurito y talla en madera de pendare; Así mismo, posee una diversificada oferta de productos con diferentes técnicas y materias primas, por ejemplo: percheros, joyeros y garabatos en madera de pendare, nasa lámpara, maracas, individuales, posavasos y peines en mawa, seje y cucurito, balay, fruteros, sebucanes y carteras en chiqui-chiqui y tiritá, canastos y carteras en urú, paneras, dulceras y bandejas en bejuco y mamure.

Así mismo, el grupo de artesanos posee una estricta rigurosidad en el cumplimiento de medidas, tamaños, diseños, acabados y remates, que garantizan la alta calidad de un producto hecho a mano.





GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



Así mismo, poseen un catálogo que permite identificar el producto, tamaño, medidas y precios, sin embargo, la comunidad de San Luis presenta varios retos a nivel comercial, entre los cuales se encuentra el transporte del producto, capacidad de producción, comunicación, imagen corporativa y atención al cliente, así como la participación en eventos comerciales a nivel nacional.

La comunidad se encuentra ubicada en el gran resguardo unificado de la selva mataven a 7 horas por el río Orinoco de Inírida, la ciudad capital más cercana en el departamento de Guainía; para llegar a la comunidad solamente puede ser por vía fluvial o aérea.

Cotidianamente un viaje ida y regreso a la comunidad vía fluvial puede costar \$800.0000 aproximadamente, que representa entre 60 a 65 galones de gasolina requeridos por el trayecto, esta situación de costos de movilidad, encarece el precio de los productos elaborados por el grupo de artesanos, lo que genera un incremento de precios comparado a productos similares de otras comunidades en condiciones de movilidad distintas, esta situación ha incidido en la dificultad para atender y despachar pedidos de cantidades mínimas y el cumplimiento en plazos de entrega.

El grupo está conformado por 40 artesanos, cada uno elabora un tipo de línea de producto, lo que ha influido en que la capacidad de producción en ciertos productos sea muy baja, debido a que son pocos los que pueden tejerlos, un claro ejemplo es la elaboración del Manare triple, un artesano puede elaborar 2 piezas al mes de este producto, actualmente en San Luis solamente 3 artesanos poseen el conocimiento para producirlo, es decir que al mes pueden realizar 6 referencias únicamente.

Así mismo, la comunidad posee dificultades de comunicación, desde hace 3 años cuentan con un punto vive digital en el cual pueden estar conectados a internet y un teléfono público, sin embargo en temporadas de invierno la señal es muy débil.

Sumado a esto, los artesanos no cuentan con habilidades para el manejo de computadores, es por esto que se ha ido involucrando al proceso jóvenes que manejan las herramientas tecnológicas y potencializar la promoción de sus productos a través de las redes sociales.

Actualmente el grupo no posee redes sociales como herramienta de ventas, su canal de comercialización se concentra en la participación en eventos comerciales.



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





Así mismo, la comunidad posee una lista de precios básica, en la cual se evidencia la referencia del producto, medidas y precio al público, sin embargo no se tiene presente la capacidad de producción por referencia ni precio al mayorista o distribuidor.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente

Los productos que elabora la comunidad están en un rango de precios de \$10.000 a \$300.000.

Perfil objetivo: Exportadores e importadores / Tiendas minoristas especializadas en artesanías / Consumidor final / ONG y Fundaciones / joyerías / hoteles / restaurantes.

¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?

Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales

Debido al alto costo en transporte que debe asumir la comunidad para participar en eventos comerciales, es recomendable que la meta del grupo se concentre en participar en:

- Expoartesano: En Medellín en el mes de junio.
- Expoartesanías: En Bogotá en el mes de Diciembre.

Así mismo, la comunidad abrió un canal de comercialización a través de Facebook.

Análisis de mercado externo

¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?

La comunidad no ha participado en eventos comerciales a nivel internacional, ni ha tenido acercamientos con clientes en otros países; Sin embargo se encuentran





	postulados para participar en la vigencia 2019 en Folk art Market en Santa fe, nuevo México.									
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	El grupo de artesanos no se encuentra constituido legalmente como asociación, actualmente se encuentra en proceso el registro de marca de su nombre comercial: “PUREIDO” como marca individual.									
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	<p>El grupo de artesanos posee una alta capacidad de producción, son aproximadamente 40 artesanos dedicados a la elaboración de las diferentes líneas de producto.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Línea de producto Estrella</th> <th>Producción Mensual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dulcera en bejuco y mamure</td> <td>105 unidades</td> </tr> <tr> <td>Budare grande</td> <td>50 unidades</td> </tr> <tr> <td>Frutero grane</td> <td>32 unidades</td> </tr> </tbody> </table> <p>Así mismo, durante la implementación técnica se realizó una actualización de precios al público y al mayorista en pesos y dólares.</p>		Línea de producto Estrella	Producción Mensual	Dulcera en bejuco y mamure	105 unidades	Budare grande	50 unidades	Frutero grane	32 unidades
Línea de producto Estrella	Producción Mensual									
Dulcera en bejuco y mamure	105 unidades									
Budare grande	50 unidades									
Frutero grane	32 unidades									
Estrategia de diferenciación en producto										
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad								





<p>La comunidad posee un producto estrella denominado “Manare triple”, el precio de venta es: \$200.000, actualmente hay 2 artesanos que elaboran el producto con una producción mensual 6 unidades máximo.</p> <p>Durante el encuentro en Medellín, la línea de producto fue muy atractiva, vendiéndose las 3 unidades que se llevaban.</p> <p>Es un producto con alta salida comercial, es recomendable incrementar la capacidad de producción de esta línea para las futuras ferias.</p>	<p>Realizar un proceso de transmisión de saberes entre los artesanos especializados en la línea de producto y los jóvenes artesanos para incrementar la producción.</p>	<p>Definir un cronograma de talleres enfocados en la enseñanza, aprendizaje y práctica de elaborar un “Manare triple”.</p>
---	---	--

Estrategia de diferenciación en precio

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
<p>La comunidad no cuenta con una política de precios al mayorista y/o distribuidor</p>	<p>Definir una política de precios diferencial para compras superiores a 6 unidades.</p>	<p>La comunidad junto con el asesor se reunió para definir que cuando un cliente realice una compra superior a 6 unidades, el descuento sobre el precio unitario es igual al 10%.</p>

Estrategia de Fidelización de Clientes





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
La comunidad no realiza un proceso de fidelización con sus diferentes clientes.	Elaborar productos ancla de bajo costo como manillas o llaveros, que puedan ser obsequiados a clientes con frecuencia de compra.	El comité de diseño del grupo de artesanos, debe reunirse e identificar que productos ancla de bajo costo pueden producir para obsequiar a clientes con frecuencia de compra.
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Redes sociales	Posicionar la marca y el catálogo de productos que maneja la comunidad a través de Facebook.	La comunidad definió a 3 integrantes del grupo, como encargados de administrar la página de Facebook y diariamente estar promocionando sus productos a través de ella.
Participar en eventos comerciales a nivel nacional.	Establecer un fondo comunitario que permita financiar la participación anual en Expoartesano y Expoartesánías.	El grupo de artesanos definió que el fondo estará financiado con el 30% de las ventas totales obtenidas en Expoartesano y del 50% del resultado comercial en Expoartesánías 2018.
Tiendas especializadas de artesanías	Establecer un rango de porcentajes de descuento preferencial cuando la	La comunidad de San luis debe reunirse y definir un porcentaje superior entre el 10% al 20% cuyo descuento





	compra sea realizada por una tienda de artesanías.	será aplicado a la compra, siempre y cuando sea una tienda de artesanías y superior a 6 unidades.
Nota	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
Difusión y posicionamiento de su portafolio de productos.	Crear piezas publicitarias, tarjetas de presentación, pendones y material POP de la comunidad.	Establecer un presupuesto para la impresión de tarjetas de presentación, etiquetas y catálogos de productos de la comunidad.

