



ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL INCREMENTO DE VENTAS DEL EMPRENDIMIENTO "ARTESANIAS KICHWA SUYU KAWSAY"

AÑO
2025



ELABORADO POR:
KAREN ALVARADO
JAELE MAMALLACTA

INDICE

1.	INTRODUCCION	3
2.	MISIÓN Y VISIÓN.....	4
3.	OBJETIVOS.....	4
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	4
3.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
4.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	5
4.1.	DESCRIPCIÓN DE EMPRENDIMIENTO.....	5
4.2.	DIAGNÓSTICO DEL MERCADO.....	5
5.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	5
5.1.	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	5
5.1.1.	LA PAGINA WEB	6
5.1.2.	CATÁLOGO DEL PRODUCTO	7
5.1.3.	REDES SOCIALES	13
5.2.	ESTRATEGIAS DE PRECIO	15
5.3.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	16
5.4.	ESTRATEGIAS DE DESCUENTO	17
6.	CONCLUSIONES	18
7.	RECOMENDACIONES	19

1. INTRODUCCION



En el contexto actual, el emprendimiento “Artesanías Kichwa Suyu Kawsay” en la ciudad de Tena enfrenta desafíos de posicionarse en el mercado competitivo donde la falta de reconocimiento del negocio limita la capacidad para atraer nuevos clientes y expandir su base de operaciones. A pesar de contar con personal altamente calificado y ofrecer productos de alta calidad, la falta de visibilidad y estrategias de comercialización ha impedido el crecimiento significativo del negocio. Artesanías Kichwa Suyu Kawsay es un emprendimiento dedicado a la elaboración y venta de artesanías basadas en semillas y chaquiras.

EL CONTEXTO

Conociendo la situación del emprendimiento o negocio es importante diseñar estrategias de comercialización a través de técnicas de marketing en el mercado que permitirán el incremento de las ventas del emprendimiento “Artesanías Kichwa Suyu Kawsay” esto con el objetivo de un accesible posicionamiento del emprendimiento en el mercado. La artesanía indígena no solo representa una fuente de ingresos, sino que también es un medio vital para preservar y difundir la riqueza cultural de las comunidades originarias. Sin embargo, muchos artesanos enfrentan desafíos significativos en la comercialización de sus productos, lo que limita su competitividad en mercados más amplios.

2. MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Ofrecer productos artesanales auténticos que reflejan la riqueza cultural del pueblo Kichwa, promoviendo la identidad ancestral y garantizando la calidad en cada creación. Nos comprometemos a fortalecer la economía local mediante estrategias de comercialización innovadoras, ampliando nuestro alcance a nuevos mercados y brindando una experiencia única a nuestros clientes.

VISIÓN

Ser reconocidos a nivel nacional e internacional como un referente en la comercialización de artesanías Kichwa, destacándonos por la autenticidad, calidad y sostenibilidad de nuestros productos. Buscamos expandir nuestra presencia en mercados estratégicos, fortaleciendo el desarrollo económico de las comunidades indígenas y fomentando el turismo cultural en la región.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias de comercialización que impulsen el incremento de las ventas y el posicionamiento de "Artesanías Kichwa Suyu Kawsay" en el mercado local y regional

3.2. OBEJTIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Identificar las oportunidades y amenazas del mercado para las artesanías kichwa.
- ❖ Establecer precios competitivos que garanticen rentabilidad y accesibilidad.
- ❖ Crear canales de distribución eficientes que acerquen los productos a los consumidores.

4. ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

4.1. DESCRIPCIÓN DE LE MPRENDIMIENTO

"Artesanías Kichwa Suyu Kawsay" es un negocio dedicado a la producción y venta de artesanías tradicionales kichwa, incluyendo tejidos, cerámica, joyería y otros productos únicos que destacan por su autenticidad cultural.



4.2. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO



El mercado local presenta un crecimiento en la demanda de productos artesanales auténticos, especialmente por parte de turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, existen competidores locales y regionales que ofrecen productos similares.

5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing son planes y acciones que ayudan a dar a conocer un producto o servicio, atraer a más clientes y aumentar las ventas. Consiste en elegir los mejores medios para promocionarse, crear mensajes llamativos y utilizar herramientas como la publicidad, las redes sociales y las ofertas especiales para alcanzar los objetivos de una empresa.

5.1.1. LA PAGINA WEB

La página web se creó con la finalidad de atraer clientes, es un sitio en Internet formado por textos e imágenes, diseñado para compartir información, promocionar productos o servicios y facilitar la comunicación con los usuarios. Puede ser utilizado por personas, empresas u organizaciones para mostrar contenido de forma atractiva y accesible desde cualquier dispositivo con conexión a la red.

La página web cuenta con los siguientes puntos:

- Inicio
- Nosotros
- Contactos
- Menú
- Promociones



5.1.2. CATÁLOGO DEL PRODUCTO

En el siguiente catálogo mostramos una lista ordenada de los productos del emprendimiento “Artesanías Kichwa Suyu Kawsay” con sus características, como el nombre, la descripción, el precio y las fotos. Sirve para ayudar a los clientes a conocer mejor lo que se ofrece y elegir lo que necesitan.

1. Corona con plumas de pavorreal



Modelo: Redondo
Color: Multicolores
Precio: \$ 5

2. Corona de semillas



Modelo: Redondo
Color: Multicolores
Precio: \$ 5

3. Manilla



Modelo: Redondo
Color: Rojo y Negro
Precio: \$ 3.50

4. Manilla redonda multicolores



Modelo: Redondo
Color: Multicolores
Precio: \$ 2.50

5. Manilla con plumas y pepas



Modelo: Redondo
Color: Rojo, Blanco, Negro y plumas
Precio: \$ 3.50

6. Manilla con pepas de san pedro



Modelo: Redondo
Color: Multicolores
Precio: \$ 2.50

7. Aretes de flores



Modelo: Flor
Color: Rojo, Negro y Café
Precio: \$ 3.50

8. Aretes de flores



Modelo: Flor
Color: Blanco y Café
Precio: \$ 3.50

9. Aretes de flores



Modelo: Flor
Color: Café y blanco
Precio: \$ 3.50

10. Aretes colgantes



Modelo: Largo

Color: Rojo y Negro

Precio: \$ 3.50

11. Aretes redondos



Modelo: Redondo

Color: Rojo y Negro

Precio: \$ 3.50

12. Collar tipo V



Modelo: Tipo V

Color: Multicolores

Precio: \$ 5

13. Trajes típicos



Modelo: Falda y Top

Color: Multicolores

Precio: \$ 140

14. Pacha



Modelo: Vestido

Color: Azul Claro

Precio: \$ 20

15. Chusma



Modelo: Short

Color: Café

Precio: \$ 45

16. Traje de leopardo



Modelo: Falda y Top

Color: Multicolores

Precio: \$ 20

17. Llanchama



Modelo: Falda y Top

Color: Multicolores

Precio: \$ 180

18. Canastas



Modelo: Canasta

Color: Café

Precio: \$ 5

19. Shigras



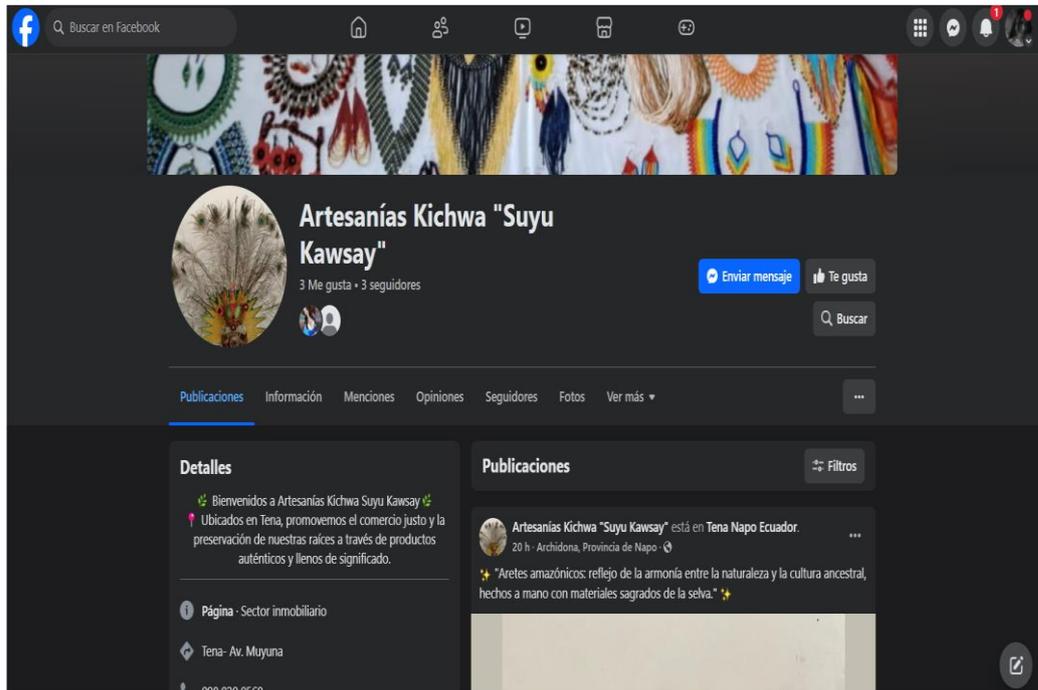
Modelo: Shigras

Color: Blanco

Precio: \$ 5

5.1.3. REDES SOCIALES

Utilizamos las redes sociales para promocionar los productos que el emprendimiento tiene, de esa manera estar más actualizados con las redes y así poder atraer a más clientes.



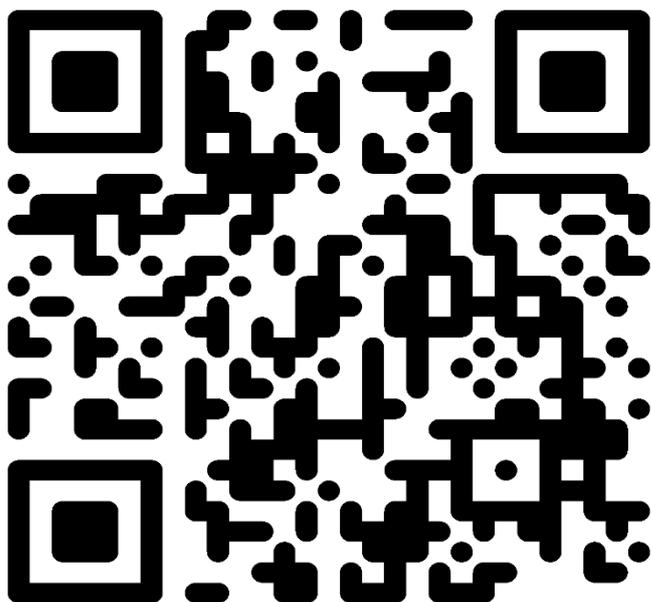
Link de la página Google site

<https://sites.google.com/est.itstena.edu.ec/artesaniaskichwasuyukawsay/inicio>

Link de la página de Facebook de la fan page

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61573790978999>

QR DE LA PAGINA WEB



QR DE FACEBOOK DE LA FAN PAGE



5.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Metodos para fijar precios

Las estrategias de precio deben considerar diferentes métodos para fijar precios , como sumar un margen de utilidad al costo total del producto, establecer precios según los valores de la competencia o ajustar los precios según lo que los clientes están dispuestos a pagar. Estos métodos ayudan a encontrar un equilibrio entre obtener ganancias y ser competitivo en el mercado.

Para la cual usamos la siguiente formula:

$$PV = \frac{COSTO DE VENTA}{1 - \%MARGEN}$$

$$PV = \frac{4.50}{1 - 15\%}$$

$$PV = \frac{4.50}{0.85} = 5.30$$

Fijar precio en función de la competencia

La estrategia de determinación de precios, dependiendo de la competencia por las manualidades, Artesanías Kichwa Suyu Kawsay consiste en precios, que, como referencias a valores que otras compañías similares están en la región. Esto significa analizar los precios de artesanías ofrecidos por los competidores para personalizar y tratar de ser competitivos sin perder la rentabilidad. La idea es atraer a más clientes que mantengan el equilibrio entre la calidad de los productos y los precios ofrecidos.

<p>Bisuterias artesanales</p>  <p>Precio: \$ 2.50 & 5.00</p>	<p>Trajes tipicos</p>  <p>Precios: \$45.00 & 180</p>	<p>Canastos artesanales</p>  <p>Precio: \$5.00</p>
---	---	---

5.3. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La promoción consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

- Promoción de trajes típicos

El emprendimiento está promocionando los siguientes productos por la compra de dos trajes típicos se llevará gratis una Shigra.

- Promoción de Shigras

El emprendimiento esta promocionado los siguientes productos por la compra de una Shigra se llevará una manilla y dos cuyas.

- Promoción de bisuterías

Por la compra de una bisutería artesanal se llevará una canasta gratis



5.4. ESTRATEGIAS DE DESCUENTO

En las Artesanías Kichwa Suyu Kawsay, ofrecemos descuentos especiales para que más personas puedan disfrutar de nuestras artesanías kichwa, elaboradas con dedicación y tradición. Nuestras promociones incluyen descuentos por temporada, compras al por mayor, pagos en efectivo y beneficios exclusivos para clientes frecuentes

- Descuentos por ventas al contado: ofrecer un descuento a los clientes que pagan de contado.
- Descuentos por clientes frecuentes: premiar la fidelidad de los clientes por descuentos especiales.
- Descuentos estacionales: aplicamos descuentos en fechas especiales.



6. CONCLUSIONES

❖ El análisis situacional permitió identificar que "Artesanías Kichwa Suyu Kawsay" posee fortalezas como la autenticidad de sus productos y el rescate cultural, pero enfrenta debilidades como la limitada presencia digital y la baja diversificación de canales de venta. En el entorno externo, se presentan oportunidades como el crecimiento del turismo en Tena, pero también amenazas como la competencia de productos industrializados y la variabilidad de la demanda.

❖ Las estrategias más adecuadas para aumentar las ventas incluyen la implementación de marketing digital, la creación de alianzas con operadores turísticos locales, la participación en ferias artesanales y la diferenciación de productos a través de la historia y el valor cultural. Estas acciones permiten fortalecer la marca y ampliar el alcance del público objetivo.

❖ Se diseñaron estrategias centradas en tres ejes principales: digitalización, diversificación y fidelización. La digitalización implica la creación de una tienda en línea y presencia activa en redes sociales. La diversificación se enfoca en ampliar el catálogo de productos y servicios como talleres culturales. La fidelización busca fortalecer la relación con los clientes a través de programas de descuentos y experiencias personalizadas

7. RECOMENDACIONES

❖ Es fundamental que "Artesanías Kichwa Suyu Kawsay" incremente su visibilidad en el entorno digital para alcanzar a un público más amplio. Se recomienda crear y optimizar una tienda en línea con una plataforma amigable que permita a los clientes explorar el catálogo de productos, realizar compras de manera sencilla y recibir envíos nacionales e internacionales. Además, es importante mantener una presencia activa en redes sociales como Facebook y Google site, utilizando estrategias de marketing de contenido que resalten la historia, el proceso de elaboración artesanal y el valor cultural de cada producto.

❖ Para aumentar las ventas y alcanzar nuevos mercados, se recomienda ampliar los canales de distribución a través de alianzas con negocios locales como hoteles, agencias de turismo y centros culturales en la ciudad de Tena. Estas alianzas permitirán ofrecer productos en espacios frecuentados por turistas interesados en experiencias culturales auténticas. Asimismo, es conveniente participar de manera activa en ferias artesanales locales, nacionales e internacionales, ya que estos eventos brindan una excelente oportunidad para promocionar la marca, conectar con clientes potenciales y fortalecer la identidad cultural del emprendimiento.

❖ Para consolidar la relación con los clientes y fomentar la recompra, se recomienda desarrollar un programa de fidelización que ofrezca incentivos como descuentos para compras recurrentes, promociones especiales en temporadas festivas y acceso anticipado a nuevos productos. Este programa puede implementarse tanto en la tienda física como en línea, utilizando bases de datos para personalizar las ofertas según las preferencias de cada cliente.