

PROYECTO MEJORA DE LAS ECONOMÍAS  
REGIONALES Y DESARROLLO LOCAL

—  
HERRAMIENTAS  
PRÁCTICAS  
**DE MERCADEO  
PARA ARTESANÍA  
Y FIBRAS NATURALES  
ARGENTINAS  
(MARKETING PLAN)**

CUADERNO TECNOLÓGICO N° 36

Autor:

**Henrik Kuffner**

Experto internacional de Marketing  
y Comercialización y Moda

Noviembre de 2016



Unión Europea



PROYECTO MEJORA DE LAS ECONOMÍAS  
REGIONALES Y DESARROLLO LOCAL



Unión Europea

Delegación de la Comisión Europea en Argentina  
Ayacucho 1537  
Ciudad de Buenos Aires  
Teléfono (54-11) 4805-3759  
Fax (54-11) 4801-1594



INTI



Instituto Nacional de Tecnología Industrial  
Gerencia de Cooperación Económica e Institucional  
Avenida General Paz 5445 - Edificio 2 oficina 212  
Teléfono (54 11) 4724 6253 | 6490  
Fax (54 11) 4752 5919

[www.ue-inti.gob.ar](http://www.ue-inti.gob.ar)

CONTACTO

Información y Visibilidad: Lic. Gabriela Sánchez  
[gabriela@inti.gob.ar](mailto:gabriela@inti.gob.ar)

HERRAMIENTAS  
PRÁCTICAS  
DE MERCADEO  
PARA ARTESANÍA  
Y FIBRAS NATURALES  
ARGENTINAS  
(MARKETING PLAN)

CUADERNO TECNOLÓGICO N° 32

Autor:

**Henrik Kuffner**

Experto internacional de Marketing  
y Comercialización y Moda

Noviembre de 2016



INTI



Unión Europea

## INDICE

### LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

### ABREVIACIONES UTILIZADAS

1. PRESENTACIÓN .....	4
2. INTRODUCCIÓN.....	6
3. TENDENCIAS GLOBALES EN RELACIÓN DE ARTESANÍA Y FIBRAS NATURALES .....	7
3.1. La situación del sector global de artesanía .....	7
3.2. Fibras naturales de origen animales y vegetales.....	9
3.3. El rol de Argentina en el sector global de fibras naturales, artesanía y producción tradicional.....	13
4. MEDIDAS PRÁCTICAS Y INMEDIATAMENTE PARA EL SECTOR DE ARTESANÍA Y FIBRAS NATURALES EN ARGENTINA.....	16
4.1. Creación de un sistema de Marca nacional para el posicionamiento de productos argentinos.....	16
4.2. Medidas y herramientas prácticas de marketing para Argentina.....	20
5. MEDIDAS DE CONTROL DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING .....	25
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	26

## LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Cadenas de comercialización de artesanía
<b>Tabla/Foto 2:</b> Artesanía Argentina de alta nivel (Atilio Paez, Catamarca)
<b>Tabla 3:</b> Mercado internacional de fibras (estadística y perspectiva)
<b>Tabla 4:</b> Cantidad de animales camélidos en Argentina y Sudamérica
<b>Tabla 5:</b> Tendencia global de fibras en el sector de lujo
<b>Tabla 6:</b> Factores principales de venta de productos de camélidos
<b>Tabla 7:</b> Fibras naturales producidos en Argentina
<b>Tabla 8:</b> Valores Argentinas
<b>Tabla 9:</b> Definición Productos de Artesanía Argentina
<b>Tabla/Foto 10:</b> Mini-Mill de Villa Vil, Belen
<b>Tabla 11:</b> Objetivos de sistema de marca
<b>Tabla 12:</b> Marca nacional y sus sub-marcas de fibras naturales
<b>Tabla 13:</b> Marca nacional y sus sub-marcas de artesanía
<b>Tabla/Ilustración 14:</b> Contenidos entre el sistema de marcas
<b>Tabla/Ilustración 15:</b> Logo de Fiesta del Poncho
<b>Tabla/Ilustración 16:</b> Título libro del workshop de lana en Nuevo Zelandia
<b>Tabla/Ilustración 17:</b> Logos de comunicación
<b>Tabla 18:</b> Medidas de control de marketing

## ABREVIACIONES UTILIZADAS

<b>Ecological footprint:</b> paso ecológico
<b>Fairtrade:</b> comercio justo
<b>NEA:</b> Noreste Argentino
<b>NOA:</b> Noroeste Argentino
<b>Marketing:</b> Mercadeo

## 1. PRESENTACIÓN

La Unión Europea y el INTI firmaron un convenio de financiación destinado a mejorar la competitividad de las miPyMEs del norte argentino acercando respuestas tecnológicas apropiadas al nuevo entorno productivo industrial. Los responsables de la ejecución del Proyecto "Mejora de las Economías Regionales y Desarrollo Local" son el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), en representación del gobierno nacional, y la Delegación de la Unión Europea en Argentina.

Durante más de medio siglo, el INTI ha construido capacidades profesionales e infraestructura tecnológica de relevancia que lo posicionan hoy como actor importante para aportar innovación tecnológica aplicada a los procesos productivos de toda la economía y para el desarrollo de soluciones industriales que incrementen la productividad y la competitividad de la industria nacional.

Con la ejecución de este proyecto se buscó acercar la tecnología y las capacidades técnicas a las regiones de menor desarrollo relativo del país, poniendo a disposición de las miPyMEs y Pymes los medios para satisfacer las demandas de mejora de eficiencia y calidad de sus productos y/o servicios para dar un salto cualitativo en cada una de las provincias del NOA y NEA.

Por tanto, a través de un diagnóstico y evaluación de necesidades tecnológicas hecho en articulación con los gobiernos provinciales, se diseñó un plan de acción sectorial que se implementó hasta el 2016, en cinco sectores industriales determinados como prioritarios: industrialización de alimentos, curtiembre, textil, y metalmecánica junto a la gestión medioambiental como eje transversal a los sectores industriales anteriores.

El proyecto Mejora de las Economías Regionales y Desarrollo Local surgió como parte de las acciones de vinculación internacional del INTI, en donde la cooperación técnica con organismos públicos y privados del mundo -presentes en el campo tecnológico- favorecen el intercambio de conocimientos como elemento fundamental para el desarrollo industrial local.

En esa dirección, uno de los componentes de este proyecto fue la convocatoria de especialistas en diversas temáticas, para cumplir con misiones de trabajo en nuestro país. El objetivo de cada misión fue brindar capacitaciones específicas a técnicos de las provincias norteñas, de acuerdo a la especialidad de cada experto, a grupos de trabajo de Centros Regionales de Investigación y Desarrollo así como a Unidades Operativas que conforman la red INTI, y brindar asistencia técnica a las miPyMEs que acompañen el desarrollo de las actividades del proyecto. Además, mantuvieron entrevistas con actores locales quienes constituyen un recurso esencial y estratégico para alcanzar los objetivos planteados.

La publicación que se dispone a conocer ha sido concebida como resultado de una misión técnica de uno de los expertos intervinientes en este proyecto. Cada experto al finalizar su trabajo en el país, elaboró un informe técnico con recomendaciones para el fortalecimiento del sector para el cual fue convocado y que dio lugar a la presente producción, editada con el propósito de divulgar los conocimientos a partir de las necesidades

detectadas y los resultados del intercambio efectivo hecho en territorio, conjugando los basamentos teóricos con la realidad local.

### **Dra. Graciela Muset**

Directora del Proyecto Mejora de las Economías Regionales y Desarrollo Local

El contenido de este documento es responsabilidad exclusiva del autor y en ningún caso se debe considerar que refleja la opinión de la Unión Europea.

## 2. INTRODUCCIÓN

En el aspecto del mercado mundial de fibras, en 2015 y más allá, sigue la dominancia inmensa de las fibras sintéticas, consecuentemente conceptos para fibras naturales se quedan definidos en sectores de nichos, y en la tendencia global que el consumidor está demandando continuamente más productos con elementos naturales y sustentables.

En este escenario, Argentina sigue siendo el participante excepcional por el aspecto de la base de la variación grande de las fibras naturales que se produce en el país, especialmente fibras de alto valor, de origen de camélidos (Vicuña, Guanaco, etc.).

Tomando de base a esta situación actual de los sectores en Argentina, artesanía (incluyendo producción de industria tradicional) y de fibras naturales de origen de animales y de origen vegetales, se pudo analizar en detalle las necesidades de medidas y herramientas en relación del posicionamiento en el mercado nacional Argentino e internacional de los productos relacionados a los sectores mencionados.

El tema más débil de los sectores mencionados en Argentina es la falta de mercadeo y comercialización de los productos. Esta observación se presenta en todas las provincias y regiones, y en el nivel nacional. No existen actividades de posicionar productos de artesanía Argentina en combinación con fibras naturales en los mercados potenciales nacionales e internacionales.

Consecuentemente, los sectores de artesanía y fibras naturales de Argentina, tienen que ejecutar medidas y herramientas profesionales de marketing, comunicación y comercialización. Como elemento clave se recomienda la creación de un sistema de marca nacional para artesanía argentina en combinación con fibras naturales argentinos. Solo tal sistema de marca está garantizando el posicionamiento comercial y profesional de los productos argentinos de los sectores mencionados al frente del mercado internacional.

La ejecución de las medidas de mercadeo, y especialmente el manejo de la organización del sistema de marcas, deben ser ocupados de un organismo profesional de Argentina, sea una organización existiendo que se identifica para hacer este trabajo, o una organización nueva que se debe estabilizar al respecto.

## 3. TENDENCIAS GLOBALES EN RELACIÓN DE ARTESANÍA Y FIBRAS NATURALES Y EL ROL DE ARGENTINA

### 3.1 LA SITUACIÓN DEL SECTOR GLOBAL DE ARTESANÍA

La producción de artesanía es una forma de empleo de gente importante en muchos países. En Argentina es especialmente importante por la gente en las regiones de los Andes, y otras regiones aisladas. Con la globalización, el sector de artesanía se está igualmente desarrollando más profesional y un como un bien económico. Consecuentemente también se desarrolla un perfil de competición en este sector, cual produce la necesidad de actuar profesional para cumplir con las necesidades del mercado.

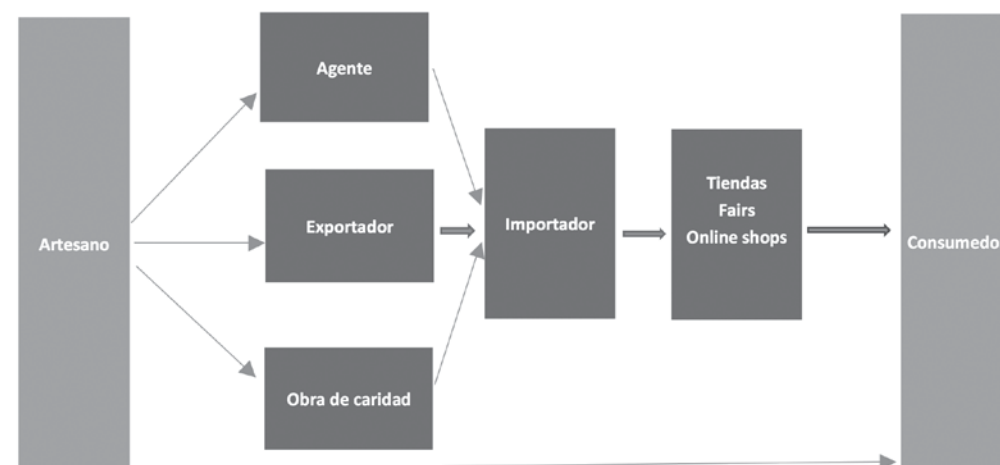


Tabla 1: Cadenas de comercialización de artesanía

Un problema actual es que las categorías de productos entre cuales la artesanía está presente (e.g. textiles, indumentaria de moda, accesorios, artículos de hogar), contienen principalmente un alto grado de cambio por aspecto de moda y de tendencias. Pero producción de artesanía no tiene las posibilidades de formar los productos al respecto de esas tendencias globales, y eso va evaluado frecuentemente como una debilidad de la artesanía. Es esencial que la artesanía comunique al mercado que la artesanía por intensión no quiere participar activamente en las tendencias rápidas globales. La artesanía tiene que enseñar al mercado que es un sector parcialmente neutralizado de las tendencias globales, y tiene sus propios ciclos de tendencia.

De manera, la globalización trae bastantes posibilidades para el sector de artesanía, especialmente al frente de los países industrializados en Europa, USA y Canadá, y países seleccionados de Asia (Japón, China). En esos países, la perspectiva por la demanda por

“productos culturales” está subiendo significativamente. Base de esta tendencia y perspectiva es el querer del consumidor de tener productos exclusivos al frente de la homogenización del mercado de masa.

Resumiendo el escenario mencionado, se puede decir que la globalización trae nuevas oportunidades para el sector de artesanía, pero al mismo tiempo demanda una adaptación de los artesanos a nuevos requisitos del mercado, entre esos los más importantes son: conocimiento profundo de los mercados sectoriales para entender las expectativas del consumidor, producción puntual entre las necesidades del mercado, mejorar la calidad, respetando normas básicas de calidad, sensibilización al aspecto de precios, y un conocimiento básico de comercialización y mercadeo.

Para el panorama en Argentina de productos artesanales, se puede añadir suplementario los siguientes puntos estratégicos:

No intentan tocar categorías de productos que se encuentra entre la producción de la China, solo se debe concentrar a categorías de nichos y producción del sector alto y lujo, en cual no se presenta competición desde China.

- Es necesario de mejorar la cualidad de los productos, especialmente para definir los productos Argentinos ‘usables’.
- Para la producción artesanal de Argentina, se debe exclusivamente usar materiales naturales, de preferencia con cantidad alta de origen de Argentina
- Para el artesano argentino, el diseño creativo es clave. Argentina tiene un nivel muy alto y único de diseño y creatividad en el mundo, y para diferenciarse a la competencia, toca usar esta característica única.
- Para vender en el sector de alto nivel, una comercialización profesional y mercadeo eficiente son claves, sin eso no es posible activar clientes adecuados.

Entre el sector de artesanía, Argentina es el participante de alto nivel. Eso se debe reflejar en todos los pasos de la cadena de valor. Ya una excepción negativa entre la cadena, molesta y pone a riesgo el éxito de todo el sector regional y nacional.

Diseño, calidad y materiales naturales son las características únicas del artesano Argentino con cuales se diferencian contra las competiciones mundiales (China, India, Corea,



Tabla/Foto 2: Artesanía Argentina de alta nivel (Atilio Paez, Catamarca)

### 3.2 FIBRAS NATURALES DE ORIGEN ANIMALES Y VEGETALES

#### El Mercado de fibras mundiales actual

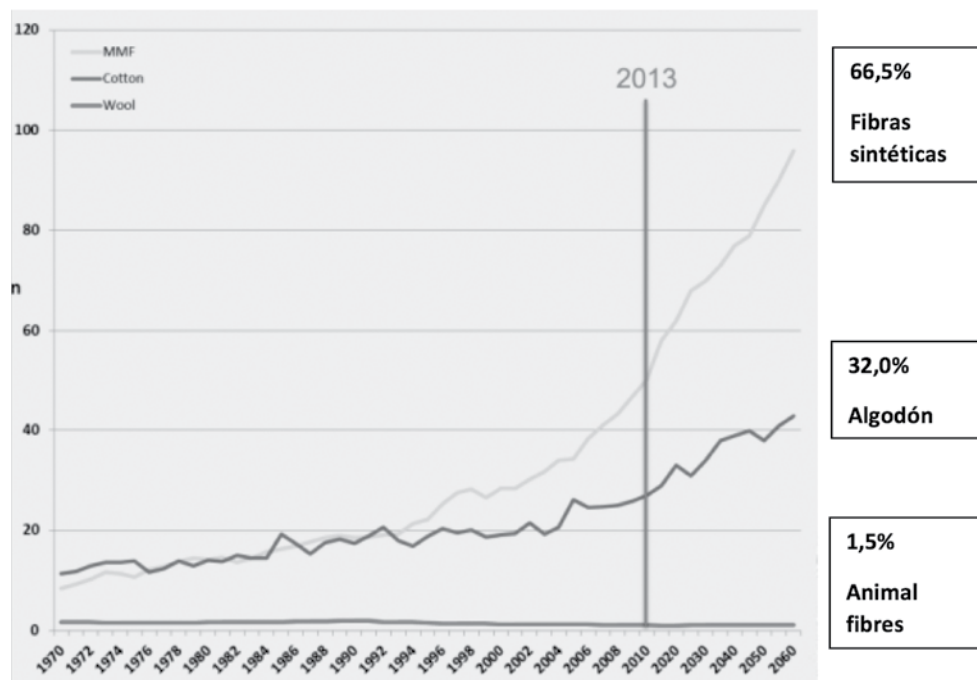
La situación del mercado de fibras global se queda constante en los últimos años. La perspectiva está marcado fuertemente por el predominio de las fibras sintéticas. Las fibras sintéticas, fabricadas en su mayoría en Asia, están cubriendo la parte central del sector textil, especialmente en el sector de producción de masa.

Las ventas de productos básicos y de masa, están predominado de fibras sintéticas, y están motivados básicamente, casi todas, vía el argumento del precio. Este escenario también se refleja en relación de algodón, que también se usa para unas clases de productos de masa.

Respectivamente, las fibras naturales de animales no juegan ninguna parte importante en el mercado comercial, aparte de unas excepciones sub-sectoriales, por ejemplo para trajes de hombres de alta calidad. Pero en el sector de productos individuales, de lujo, de artesanía y productos alternativos, las fibras naturales (de animales) están dominando el mercado.



### Consumo mundial de fibras (miles de toneladas)



Fuente: Australian Wool Innovation Limited, según PCI Fiber (Abril 2013)  
Tabla 3: Mercado internacional de fibras (estadística y perspectiva)

Relacionado a fibras naturales exóticas, Argentina es líder mundial al respecto de variedad y cantidad. Mientras otros países de producción de fibras de animales están especializados a una o muy pequeñas clases de animales, en Argentina se presenta una variación inmensa. Esta variación tiene que estar comunicada entre los participantes del sector de artesanía en Argentina, y debe igualmente ser comunicada al exterior.

Como ejemplo específico debe estar valorado más prominente la existencia de la Guanaco como camélido de valor con potencial alto de servir como fibra natural de animal de clase alto y lujo.

También no está conocido ni promocionado la fibra vegetal de chaguar con su potencial del mercado nacional e internacional vía productos artesanales.

En resumen se puede evaluar que la variación de fibras naturales – de fauna y flora – ofrece oportunidades inmensas y sin límites, provocando creatividad a las artesanías argentinas.

La variación de las fibras se presenta en las siguientes categorías y especies de animales y flores:

PAÍS	ALPACA	LLAMA	VICUÑA	GUANACO
Argentina	< 1.000	161.402	127.072	500.000
Chile	28.551	50.132	15.553	27.150
Bolivia	416.952	2.398.572	61.000	1.000
Perú	3.036.181	1.104.000	161.450	3.810
Ecuador	6.685	10.356	2.455	-

Fuente: Subsecretaría de Ganadería (2010), Sector Camélidos  
Tabla 4: Cantidad de animales camélidos en Argentina y Sudamérica

Analizando y evaluando las tendencias del comportamiento del consumidor global, las perspectivas para el sector de fibras naturales, artesanía y producción tradicional de Argentina se encuentran con oportunidades grandes.

El consumidor tiene un deseo grande de tener productos individuales y naturales para equilibrar e individualizar el predominio de productos de masa y sintética. Esta tendencia es beneficiaria para el escenario Argentino, porque todos los elementos de las tendencias están disponibles en el país.

### Tendencia de fibras en países industrializados sofisticada

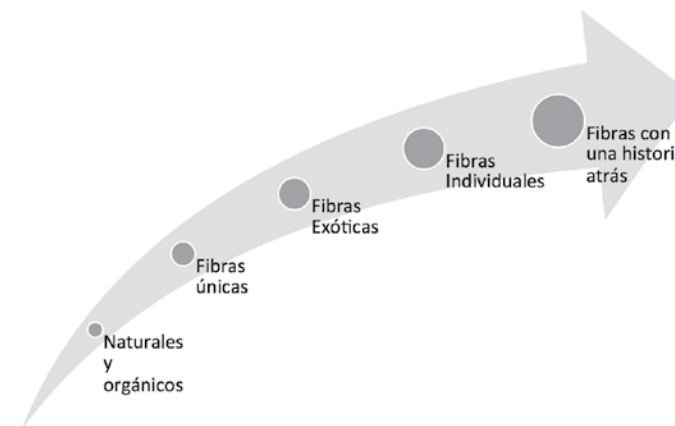


Tabla 5: Tendencia global de fibras en el sector de lujo

El Mercado para productos individuales y de valor está creciendo constantemente, especialmente en el sector de Indumentaria, artesanía e accesorios.

La exclusividad e individualidad está en moda como parte de un equipo completo, el uso se presenta en dos formas diferentes:

- Productos 100% Natural
- Productos 'Fusión'

Quiere decir que por unos clases de productos el consumidor busca productos que están completamente natural, y en otras ocasiones acepta que el producto está hecha en mayoría con fibras sintéticas y solo tiene una parte menor de una o varias fibras naturales. Con este escenario el consumidor se siente bien, y con esta compra el consumidor recibe la imagen que hizo una compra 'ecológica' y 'natural'.

En los dos casos, el producto natural, esta frecuentemente usado del consumidor en conjunto con productos que son muy básicos, de fabricación de masa y hecho de material sintético. En esos casos, los productos básicos están comprados al nivel más económico y sin preocupación en relación del aspecto ecológico. Mientras con los productos accesorios, el aspecto ecológico se encuentra entre los aspectos muy grandes de la compra. Estas mezclas en su mismo reflejan una inconsistencia e inconsecuencia del consumidor, que obviamente esta aceptado globalmente.

Se puede notar globalmente que hay la tendencia de más 'individualidad' y 'exclusividad'. Esta tendencia se describe internacionalmente como **"Absolute Luxury"** (lujo absoluto), (Mash, James, 'The Richest', Edición Diciembre 2013).

Factores principales de venta de productos de camélidos y otras fibras naturales exóticas en Argentina



Tabla 6: Factores principales de venta de productos de camélidos

### 3.3 EL ROL DE ARGENTINA EN EL SECTOR GLOBAL DE FIBRAS NATURALES, ARTESANÍA Y PRODUCCIÓN TRADICIONAL

Fibras naturales producidas en Argentina

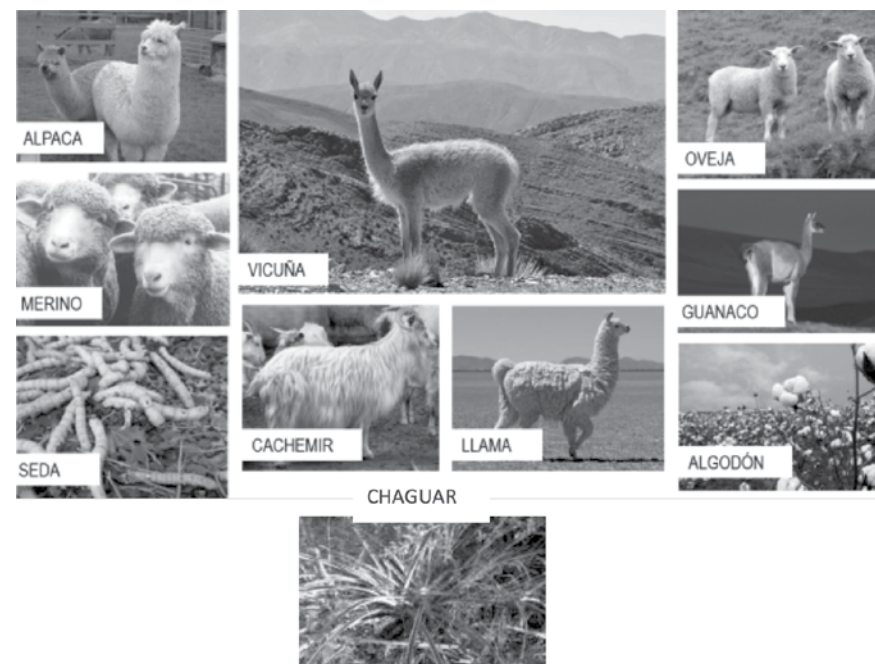


Tabla 7: Fibras naturales producidos en Argentina

La variación de los animales para producción de fibras en Argentina está representado en cantidades suficientes grandes para permitir producciones comerciales entre las necesidades de los artesanos argentinos (excepción: Alpaca). Este escenario tiene que ser utilizado por artesanos argentinos, tiene que ser valorado y aceptado.

Además, todos los valores disponibles que trae Argentina como país, tienen que ser reflejado en el trabajo de los artesanos.



Esos valores son los siguientes:

#### El valor Argentino en relación de artesanía y fibras naturales

Sustentabilidad
Naturaleza
Tradición
Diseño
Calidad
Historia
Trazabilidad
Ética
Comercio justo
Economía 360'
Vida regional
Cultura

Tabla 8: Valores Argentinos

Esos valores tienen que ser presentes y aceptados de los participantes del sector textil artesanal, y reflejados en sus productos. Capacitaciones y educación cultural tiene que comunicar activamente la disponibilidad de esos valores en Argentina, y respectivamente el uso para el imagen comercial de los productos Argentinos.

#### Definición exclusiva de Artesanía & Fibras Naturales para Argentina

Los participantes de los sectores de artesanía argentino y de fibras naturales tienen que entender y aceptar que la definición de la artesanía argentina debe estar vía las fibras naturales de animales, y de nicho también de fibras naturales vegetanas. Igualmente el productor de las fibras naturales, tiene que identificarse y aceptar que los artesanos argentinos son la oportunidad exclusiva para sus productos, aparte de la exportación de fibra en materia prima.



Tabla 9: Definición Productos de Artesanía Argentina

Es esencial por tener éxito que esta interrelación sea entendida, y respectivamente los sectores interactúan más intensivo entre ellos.. Es esencial de comunicar a los sectores mencionados, vía la cadena de valor entera, que esta interrelación es la base de tener éxito en relación de competencia en el mercado mundial.

Juntos con esos puntos, la definición también contiene un alto grado de calidad de los productos manufacturados, y representa la identidad cultural asociada a la producción. Así se saca el potencial para diferenciarse del resto de las artesanías mundiales. En este aspecto toca empujar la diversidad de oferta asociada a materias primas, técnicas y simbologías.

#### La base Argentina – producción tradicional



Tabla/Foto 10: Mini-Mill de Villa Vil, Belén

#### 4. MEDIDAS PRÁCTICAS E INMEDIATAMENTE PARA EL SECTOR DE ARTESANÍA Y FIBRAS NATURALES EN ARGENTINA

Como medida básica para todas las actividades que se deben ejecutar en beneficio de mercadeo para el sector de artesanía argentina y de fibras naturales argentinas, se necesita crear un sistema de marcas y de identificación de atributos.

##### 4.1 SISTEMA DE MARCA NACIONAL ARGENTINO

###### Objetivos generales

- **Objetivos generales de una marca nacional de promoción y posicionamiento incluyen promover las artesanías y producción tradicionales textiles de Argentina con las fibras naturales de Argentina en mercados nacionales y globales con una marca de identidad.**

###### Objetivos específicos

- **Objetivos específicos de este ejercicio son la creación de marca nacional y sub marcas de las variaciones de artesanía y fibras naturales.**

Tabla 11: Objetivos de sistema de marca

Entre los objetivos definidos, el sistema de marcas debe incluir una variedad de posibilidades de comunicar la variación grande de fibras naturales de Argentina. Quiere decir que el sistema de marcas debe tener un sistema de sub-marcas y sub-identificadores para transferir los mensajes y los hechos básicos de las fibras usadas.

El sistema de marcas también debe ser usable en conjunto de marcas regionales o marcas personales que ya existen, para garantizar una coexistencia cooperativa y beneficiar, y con la seguridad de no dañar esfuerzos existentes. En este caso se debe sincronizar las marcas regionales existentes con la marca nacional en relación de sus mensajes.

##### Marca Nacional de Fibras Naturales



Tabla 12: Marca nacional y sus sub-marcas de fibras naturales

Igualmente de la marca para fibras naturales, se debe desarrollar en el mismo contexto un sistema de marcas para artesanía argentina. Ese desarrollo debe ser hecho en conjunto e integrado con el desarrollo de la marca para fibras naturales. Las marcas tienen que ser completamente sincronizados, y ser presente en el mercado como una unidad entera.

##### Marca Nacional de Artesanía Textiles



Tabla 13: Marca nacional y sus sub-marcas de artesanía

## Contenido de la Marcas

El sistema de marcas debe contener los siguientes atributos en la comunicación:

Argentina	<b>País de origen</b> Como marca techo entre el sistema de marcas puede servir la marca existiendo del país.
Argentina	<b>Origen de Región</b> Declaración de Región, Provincia, Ciudad/Pueblo
Argentina	<b>Fibras/Material del producto</b> Clase de animal/flora, e información sobre el uso de la fibra (100% pura o en mezcla)
Argentina	<b>Atributos y función de la fibra/del producto</b> Identificar la finura de la fibra y enseñar las funciones
Argentina	<b>Protección de animales/medio ambiente</b> Informar sobre los procesos amigables con el medioambiente en la producción de la fibra/producto
Argentina	<b>Nombre del artesano o de la cooperativa</b> Instituciones o participantes en la creación del producto
Argentina	<b>Técnica de artesanía</b> Hilado y/o tejido realizado por un artesano.
Argentina	<b>Beneficiarios de la artesanía/cultura</b> Información sobre cuáles comunidades reciben beneficios por la venta
Argentina	<b>Comercio justo</b> Confirmación que la producción tiene integrado el comercio justo
Argentina	<b>Historia/Imagen</b> Impresionar con la imagen de la naturaleza e historia

Tabla/Ilustración 14: Contenidos entre el sistema de marcas

## Realización nacional y regional del manejo del sistema de la marca

El manejo profesional de un sistema de marca pide puntos regionales que evalúan y quilibran a los productos/los productores en relación de lograr el nivel de calidad que pide el sistema de marcas. Es importante de tener unos estándares de cualificación/certificación, para evitar que productos de calidad bajo reciben la marca. Oficinas regionales, por ejemplo de INTI, deben examinar y reportar las propuestas de uso de la marca.

Cada atributo nombrado en Ilustración 14 necesita un estándar mínimo de cumplimiento del productor para tener el derecho de usar la marca. Ese proceso se refiere igualmente a las sub-marcas del sistema.

### Secretario nacional

Un equipo nacional que maneja el sistema de marcas recibe los datos/información de las regiones respectivamente, y expide la etiqueta para el productor.

La oficina nacional también coordina el sistema de etiquetado y la aplicación de los protocolos nacionales de fibras nacionales y artesanías textiles. Toda la parte de aplicación del diseño y desarrolla de las etiquetas sería trabajado por la oficina nacional, incluido la distribución y envía de las etiquetas.

### La Estructura/Organización de Ejecución

Se debe inmediatamente identificar un organismo que tome la responsabilidad y la ejecución del plan de marketing y sus herramientas. Eso incluye especialmente todo el sistema de marcas mencionado en este parágrafo. Quiere decir que es necesario de identificar la(s) organización(es) que crea y maneja todo el sistema de marca nacional de artesanía y fibras naturales argentinos.

En la búsqueda de una organización potencial, lo importante es que la organización trae experiencia en mínimo uno o más de los siguientes campos:

- Sistema marca nacional de productos
- Experiencia de fibras naturales/fibras de origen de animales
- Experiencia con artesanía argentina

## Colaboraciones nacionales

Para la realización de este proyecto, una base grande de organismos y autoridades interesados debe estar involucrados.

Los siguientes organismos pueden tener un interés natural en un colaboración:

- Ministerios nacionales (Agroindustria, Producción, Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, Desarrollo Social, Cultura, Cancillería y Turismo)
- Organismos descentralizados como el INTI, el INTA.
- Agencias de Promoción en el exterior como lo es la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional
- Gobiernos provinciales.

## 4.2 MEDIDAS PRÁCTICAS DE MARKETING PARA ARGENTINA

Aparte de la creación del sistema de marca que debe estar estabilizado lo más rápido posible, una serie de herramientas y medidas de mercadeo y comercialización se debe ejecutar inmediatamente para empujar el sector de fibras naturales y el sector de artesanía.

Aquí se presenta una selección de las medidas recomendadas:

### Road-show internacional "Fiesta del Poncho"

El evento anual 'Fiesta del Poncho', ejecutado en la ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca en la provincia de Catamarca es el evento más exitoso en Argentina relacionado a mercadeo y vender artesanías argentinas en combinación de las fibras naturales nacionales. La celebración es una verdadera vidriera de las más interesantes muestras tradicionales y culturales de la región norte de Argentina. Es así que en el evento se realiza una gran feria de artesanías, que se combina a las actuaciones en vivo de grupos musicales y cantantes invitados.

Como medida de mercadeo, este festival se debe duplicar y tener ediciones internacionales en ciudades relevantes mundialmente, por ejemplo Madrid, Milano, Roma, Berlín, París, Bruselas, New York, Miami, etc.

Los eventos se pueden organizar en cooperación con las embajadas y consulados de Argentina.

Un sistema de duplicar la Fiesta del Poncho en Europa y Estados Unidos, y más tarde en Asia, ofrece directamente a ventas en los eventos, pero empuja también a comunicar la imagen de artesanía Argentina y consecuentemente ayuda a ventas indirectamente después del evento.



Tabla/Ilustración 15: Logo de Fiesta del Poncho

### Invitación a Argentina estratégico para actores autorizados globales

Los beneficios de las fibras Argentinas tienen que ser transferido a los autores relevantes e influyentes del mundo. Esas personas incluyen diseñadores internacionales conocidos, empresarios relevantes, autoridades oficiales del sector textil e indumentaria global, arquitectos de interiores, y otras personas responsables en el sector.

Un grupo de este círculo de personas debe ser invitado para Argentina, haciendo un tour del país donde se producen las fibras naturales argentinas. Quiere decir que visitan el NOA y NEA, incluido visitas en regiones altas. Teóricamente se puede combinar con regiones en el sur de Argentina de producción de Guanaca y lana Merino.

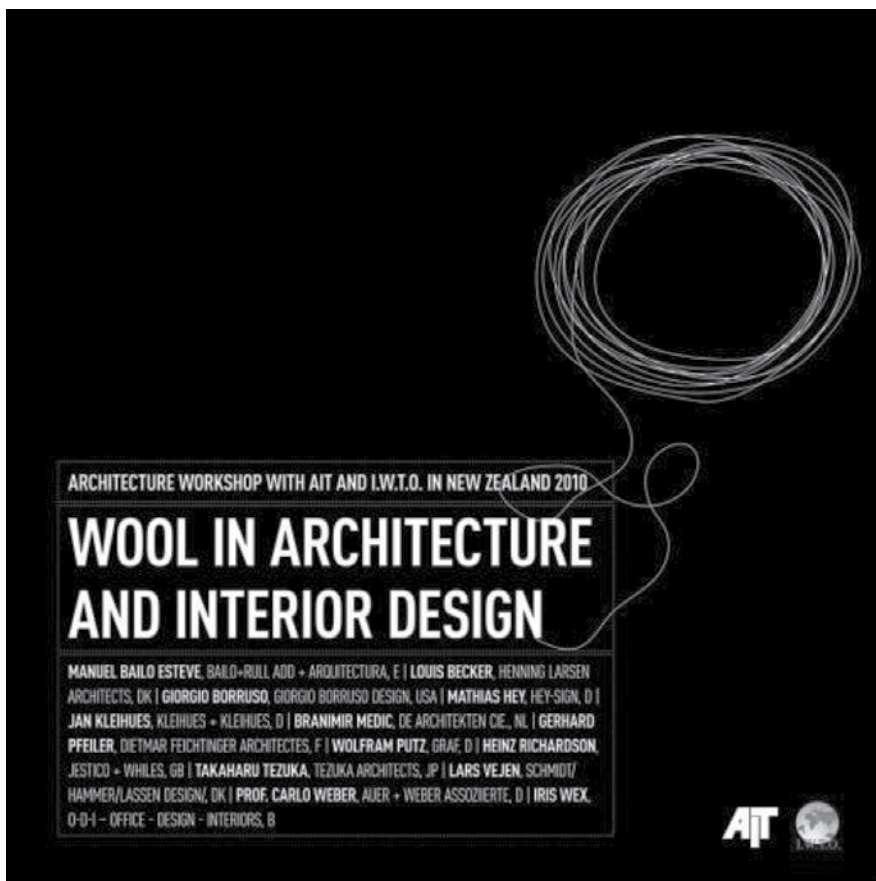
En esa visita, se muestra a los participantes en nivel base los beneficios y potencial inherente como material para el uso en indumentaria e interior.

En seminarios, se enseña a los participantes los beneficios de las varias fibras, en estadía del centro del ambiente natural de donde vienen los animales de llama, Vicuña, etc.

El turista entra en esta atmósfera impresionante ..., se hace varias talleres prácticas con productores y artesanos argentinos. Los participantes internacionales su mismo tienen que crear ideas y conceptos en relación de futuro usos e aplicaciones con las fibras argentinas, y esos conceptos tienen que ser presentados de los participantes al final de la visita.

Después este tur, que está bastante impresionado para visitantes, es asegurado que el participante se queda relacionado mentalmente a las fibras naturales con cuales he experimentado en la naturaleza borrar de origen de la fibra.

El éxito de este concepto es comprobado por proyectos hecho por la Federación Mundial de Lana (IWTO) en Nuevo Zelandia y otros continentes.



Tabla/Ilustración 16: Título libro del workshop de lana en Nueva Zelandia

### Workshops/Talleres con diseñadores internacionales

Mientras no se puede traer a la masa de visitantes a Argentina, workshops/talleres deben ser ejecutados en Europa y las Américas, y en un estado más tarde también en Asia. En esos talleres, Argentina tiene que mostrar, comunicar y enseñar los beneficios de las fibras naturales argentinas, explicando los atributos, y mostrar las posibilidades, oportunidades para aplicaciones con estas fibras.

Esos talleres deben ser organizados paralelo y en conjunto con fashion shows, ferias de modas, congresos del sector textil e indumentaria, y otras ocasiones y reuniones del sector de fibras, textiles, arquitectura e interior.

### Participación en ferias internacionales

En conjunto y acompañando con las medidas mencionado anteriormente, el sector de fibras argentino tiene que participar en ferias internacionales con un puesto de marketing. En el puesto tienen que mostrar los beneficios de las fibras naturales de argentina, en combinación de la naturaleza y todos los valores argentinos del origen de estas fibras.

Ferias potenciales son por ejemplo:

- Heimtextil, Frankfurt
- PermierVision, Paris
- TexWorld, Paris
- ISPO, Múnich
- Domotex, Hannover
- Pitti Uomo, Firenze
- Pitti Filati, Firenze
- Copenhagen Fashionweek, Copenhagen
- Colombiamoda, Medellin
- Colombiatex, Medellin
- Ethical Fashion Show, Berlín

### Eventos en conjunto de embajadas Argentinas

Se debe usar los potenciales de las embajadas y consulados de Argentina en el mundo para organizar eventos pequeños, y participaciones en eventos locales en cuales se puede presentar el espectro de las fibras argentinas y la artesanía argentina.

Ideas en este respecto son por ejemplo escaparate en el parlamento Europeo en Bruselas, una recepción para diseñadores en la embajada de Berlín o Paris durante las ferias famosos en estos capitales. El tema de los escaparates o recepciones debe ser 'cultura argentino al aspecto de artesanía y fibras naturales'.

### Cooperaciones con institutos internacionales relacionados

Para tener acceso a participantes del sector textil e indumentario internacional, se debe buscar activamente cooperaciones con institutos, compañías y academias internacionales. Entre esos, deben ser compañías de ferias internacionales, universidades de textiles, y casos similares. Esas plataformas dan interrelaciones permanentes y de largo plazo, y consecuentemente potencial para transferir el mensaje de los valores argentinos al exterior.

### Cross-marketing con organismos argentinos de exportación

Se debe crear unas cooperaciones estratégicas con sectores relacionados, o interesados, cuales tienen unos atributos similares de imagen por sus productos.

En Argentina con el sector de fibras naturales, esas cooperaciones potenciales pueden ser específicamente el sector de vino argentino, y el sector de turismo argentino. En detalle también se puede cooperar con la parte de alimentaciones orgánicos de exportación. Entre estas cooperaciones se deben ejecutar campañas unidas, materiales de comunicación interrelacionados, eventos comunes, etc.



### Establecer puntos de venta en regiones de turismo

Como medida inmediata para empujar la venta de productos de artesanía con fibras naturales, se debe urgentemente estabilizar puntos de venta en lugares turísticos. De ejemplo toca mencionar la región del pueblo de Yavi que esta visitada frecuentemente de turistas. Los turistas no tienen ninguna posibilidad de comprar productos regionales, porque no hay ningún punto de venta en el pueblo. Ni hay decoración o vitrinas que muestran los productos artesanos. Se puede fácilmente e inmediatamente crear un punto de venta allá para mostrar y ofrecer productos artesanales valerosos de la región.

Todas las regiones relevantes de turismo deben ser evaluado en este aspecto, y en los puntos turísticos que no hay puntos de venta, deben ser instalados tiendas o puestos de venta.

### Comunicación inmediatamente

Como medida inmediatamente se debe empujar a todos los artesanos que ponen su nombre o el nombre de su cooperativa al producto final. Es esencial de comunicar el valor del producto, y eso es muy fácil y sencillo de hacer.

Estratégicamente los artesanos deben participar en el sistema de marca que esta propuesto de crearse, pero mientras tanto cada artesano y cooperativa puede empezar de poner de standard mínimo el nombre del artesano o de la cooperativa y el nombre de la fibra y el animal de origen.



Tabla/Ilustración 17: Logos de comunicación

## 5. MEDIDAS DE CONTROL DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING

Las herramientas deben ser controlados regularmente en forma profesional. La controla en el sector de productos naturales con sus potenciales de influencias naturales de crecimiento, es difícil, y consecuentemente no se puede usar exclusivamente estadísticas de venta o de personal trabajando entre el sector. Es necesario de integrar las consecuencias de la influencia natural, como la cosecha, enfermedades, clima, etc.

Para la controla se debe trabajar con números integrados en el sector, esos son:

<b>MEDIDAS DE CONTROL DE MARKETING</b>	experiencia del mangement
	numero de animales
	kilos/toneladas de fibra per año
	personas ocupado entre el sector
	venta anual
	visibilidad entre el mercado
	comparasion con otros paises de produccion de fibras naturales
	cuota del mercado
	participantes de artesanos en seminarios organizados
	usuarios del sistema de marcas
numero de certificaciones en relacion del sistema de marca	
tendencia de reconocimiento de la marca	

Tabla 18: Medidas de control de marketing

En relación al presupuesto de las medidas de marketing toca averiguar con los participantes responsables del sector. De ayuda se debe tomar números comparables de otros países, por ejemplo de organizaciones de marketing regionales o nacionales de artesanía de Colombia, Perú o Mongolia. En relación de fibras, toca comparar presupuestos de otras fibras y sus organismos nacionales, por ejemplo de Sudáfrica en Mohair o Nueva Zelandia en Merino.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión se puede resumir la situación de Argentina en el sector de artesanía y fibras naturales de origen de animales y vegetales en la siguiente forma:

Argentina tiene la base tremenda para ser el participante más prominente de fibras naturales entre el sector mundial de fibras naturales exóticas. La variación de fibras de origen de animales por las diferentes especies de camélidos/llamas no hay en otros países, además en conjunto de unas clases exóticas de fibras naturales vegetales, da una recesa y posición única a Argentina en el mundo de fibras. Consecuentemente, los artesanos argentinos tienen una plataforma única para sus productos, usando la variación de estas fibras valerosas.

Lo esencial es, que estos valores y la situación única, el potencial único, es comunicada en una forma profesional:

- a. En nivel **regional** para asegurar que los artesanos y los productores de las fibras naturales conocen sus socios y acompañantes entre el sector, para asegurar el suministro y demanda en una forma equilibrado.
- b. En nivel **nacional** para que se reúnen fuerzas nacionales para comercializar los productos en forma eficiente y prominente.
- c. En nivel **internacional** para obtener y conservar la posición única que Argentina está teniendo en el mercado de fibras naturales, y para consolidar su posición poco a poco para recibir una imagen más prominente de ser la nación de fibras naturales de valor y lujo en el mundo.

Esta imagen de lujo y valor, en el conjunto con la imagen grande de diseño creativo argentino, en combinación con los otros valores argentinos, abre muchas oportunidades económicas vía el sector de fibras naturales y de artesanía.

Para cumplir este potencial enorme, es indispensable enjutar las tareas mencionadas.

## NOTAS

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



PROYECTO **MEJORA DE LAS ECONOMÍAS  
REGIONALES Y DESARROLLO LOCAL**

HERRAMIENTAS  
PRÁCTICAS  
**DE MERCADEO  
PARA ARTESANÍA  
Y FIBRAS NATURALES  
ARGENTINAS  
(MARKETING PLAN)**



**INTI**



**Unión Europea**

Instituto Nacional de Tecnología Industrial  
Gerencia de Cooperación Económica e Institucional  
Avenida General Paz 5445 - Edificio 2 oficina 212  
Teléfono (54 11) 4724 6253 | 6490  
Fax (54 11) 4752 5919  
[www.ue-inti.gob.ar](http://www.ue-inti.gob.ar)



**Ministerio de Producción  
Presidencia de la Nación**