



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

DAH FIWI MACHÉ

2018

<p>Etnia – Comunidad: Dah Fiwi Maché</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Papel Maché</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>3 Diciembre 2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Papel Maché con Calado</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Fruteros, Bowls en tallas (S, M, L) con diseños de biodiversidad Marina y Flora de la Isla de San Andres</p>		
<p>Departamento</p>	<p>San Andres Islas</p>	<p>Municipio</p>	<p>San Andres</p>
<p>Asesor(a)</p>	<p>Paula Andrea Enciso</p>	<p>Contacto</p>	<p>300- 3904036</p>
<p>Artesano Líder</p>	<p>Yara Hudgson</p>	<p>Contacto</p>	
<p style="text-align: center;">DIAGNOSTICO COMERCIAL</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





La comunidad Raizal de San Andrés islas, se caracteriza por representar su diversidad y referentes culturales propios de la isla en los productos artesanales que tienen un proceso inicial con el papel reciclado usando la técnica de papel maché.

Previo visita en comunidad, se identificó que el grupo de artesanos y artesanas no tenían definido la organización del proceso productivo dado que no todos contaban con las mismas habilidades para la elaboración de productos. Sin embargo, con las diferentes visitas de implementación del componente de Diseño, Social y Comercial, se logró la definición de actividades propias del oficio en tiempos y pasos según la cadena productiva con la intervención de cada artesano(a), es decir algunos artesanos(as) se dedican al proceso de lijado, otros al calado, acabos de producto, pintura entre otros procesos que hacen parte del oficio de papel maché en la isla.



Con las visitas de implementación técnica del componente comercial, se evidencio que la comunidad a) no tenía roles y responsabilidades definidas; b) no contaban con canales de comercialización definidos, además de la c) falta de una estructura de costos, muchos de los precios establecidos por pieza eran elevados.

La comunidad no cuenta con una estructura organizacional y/o procesos de formalización empresarial, ya que muchos de los beneficiarios se reúnen en pro al desarrollo de las actividades de cada uno de los componentes del Programa. Lo anterior se refleja, en que no manejan un inventario de producto, no tienen un registro contable o la definición de una imagen comercial.

En la comunidad, la artesana Líder y Maestra Artesana tienen el Rut con diferentes actividades económicas diferentes a la actividad 8299.

Dentro de las actividades comerciales de la Isla de San Andrés, se evidencia que la mayoría de los productos ofertados en las tiendas locales corresponden a un proceso de importación de países como China, Panamá, Costa Rica con variedad de productos, que no reflejan la apuesta por la demostración de piezas artesanales propias de la isla; afectando directamente la competencia del mercado del que participa la comunidad Dah Fiwi Maché, además de la falta de locales comerciales. Con respecto a lo anterior, la comunidad refiere que los costos de pago de arriendo de un inmueble son altos por los costos de vida en la isla, lo que en algunos escenarios han afectado la búsqueda estratégica de un local para la exhibición de productos derivados de su proceso productivo.

Se aclara, que lo descrito con anterioridad corresponde al diagnóstico comercial inicial, previo a la intervención de cada uno de los componentes en el oficio artesanal de la comunidad.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL





Perfil del cliente	Los productos elaborados por la comunidad Dah Fiwi Maché, se ofertan a clientes como Hoteles, Restaurantes, Cadenas Hoteleras dado por el carácter decorativo que tiene cada una de las piezas elaboradas en Papel Maché.	
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?		
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	En la isla de San Andrés, las principales oportunidades comerciales son las cadenas de Restaurantes y Hoteles por las características turísticas de la isla. Igualmente, se estima que la visita de los turistas nacionales y extranjeros, son parte de los clientes potenciales.	
Análisis de mercado externo		
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	La comunidad es Nueva en proceso de atención del programa de fortalecimiento productivo, aún no cuenta con una participación en el mercado internacional dado por ferias y/o eventos comerciales.	
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	No aplica	
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	La comunidad, no cuenta con un proceso de formalización legal, es decir no tiene Registro ante Cámara de Comercial que respalde los procesos de exportación. Se evalúa la capacidad productiva con un nivel de producción bajo- medio, lo que dificulta cualquier interés actual de la comunidad en adquirir compromisos de exportación.	
Estrategia de diferenciación en producto		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Fortalecimiento del oficio artesanal	Diversificación de Producto	Diseñar y producir líneas de producto nuevas, ajustados a las tendencias actuales que permitan generar una diversificación y diferenciación de producto





Etiquetas informativas	Desarrollar un diseño en las etiquetas que contenga información útil del producto	A través de un apoyo y sinergia con el componente de diseño sería posible generar un diseño para la etiqueta que contenga información relevante sobre el cuidado del producto, la trascendencia e historia del producto
Encuentros regionales NARP y eventos feriales	A través de la participación en encuentros, eventos y ferias a través de los procesos de ventas y asesoría a los clientes generar un proceso de retroalimentación para generar nuevas ideas para los productos	A través de la participación en los diferentes eventos comerciales, aprovechar el contacto con compradores y clientes potenciales para obtener sugerencias y nuevas ideas que permitan adicionar valor a los productos o generar ideas para el desarrollo de nuevos productos
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Precios de mercado	Buscar un manejo de precios de venta de los productos con base al comportamiento del mercado de las diferentes líneas que maneja el grupo	A través del taller de fijación de precios de producto; y tomando como base o referencia los precios de productos similares con diferentes materiales en el mercado. Definir un precio de venta competitivo que les permita no competir con precio sino con calidad y diseño
Perfeccionamiento de la técnica	A través de las diversas actividades de transmisión de saberes y el desarrollo de las actividades producción normales en la comunidad perfeccionar la técnica	Desarrollo de actividades de producción y actividades transmisión de saberes permitirán que la comunidad poco a poco se haga mas productiva, produzca mas cantidad en menor tiempo sin perder calidad lo que generar por consiguiente un mejoramiento en el margen de utilidad de los productos
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Seguimiento Post-Venta	Generar un proceso de seguimiento postventa para los clientes habituales	Realizar un seguimiento después de la venta a los clientes habituales con el fin de mejorar los estándares de calidad en cuanto a servicio al cliente y atención al cliente. Así como mas





		comodidad, credibilidad y seguridad en el cliente
Fechas Especiales	Crear productos exclusivos para una fecha o temporada especial (Navidad, día de la madre, día de la mujer etc.)	Aprovechar las diferentes fechas especiales tanto en San Andrés como en el país. Para desarrollar productos o personalizar productos con base a una fecha especial con la finalidad de dar más y mejores opciones a los clientes
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Eventos comerciales	Participar en los diferentes eventos comerciales NARP y ferias comerciales a los cuales sean invitados tanto por Artesanías de Colombia como por entidades territoriales	Generar un canal de venta directo con los clientes a través de los procesos de venta en los diferentes eventos comerciales a los cuales son invitados por Artesanías de Colombia y los entes territoriales
Vitrina Comercial en Sitio	Ampliación del Mercado Local (Rutas de turismo)	La comunidad se encuentran en el proceso de definición de sitio comercial en la isla, con el fin de establecer una vitrina Comercial que visibilice los productos artesanales y les permita una mayor cobertura, para ello el grupo participa de la creación de una vitrina comercial en un carro rodante que dé la vuelta por los principales puntos turísticos en la isla, con diferentes muestras artesanales además del papel maché.
Canal Directo – (Plataformas Digitales)	Definir una vitrina comercial a través de redes sociales como Facebook e Instagram	Aprovechar los medios digitales y la presencia de la comunidad en redes sociales como Instagram para crear un espacio de ventas e interacción con los clientes
<i>Nota</i>	No aplica.	
Estrategia de diferenciación en promoción		





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Medios de comunicación comunitarios en la isla	Buscar alianzas con los diversos medios de comunicación comunitarios y con trabajo social de la isla	Generar acercamientos y alianzas con medios de comunicación tales como diarios, revistas, estaciones de radio, canales de tv. Que les permita publicitar sus productos y brindar un mayor alcance de difusión y oferta de sus productos
Visibilización de productos por medio de los canales de comercialización de las rutas turísticas.	Promoción de producto en redes sociales	Con el apoyo de la comunidad se crea la cuenta de Dah Fiwi Maché en la red de Instagram con el fin de la actualización constante de los productos elaborados, y la participación de espacios comerciales que les permita al cliente un seguimiento de las actividades. https://www.instagram.com/dahfiwimache/

