



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

SUEÑO DE ORO - NARP

2018

<p>Etnia – Comunidad: SUEÑO DE ORO Villa Conto, Choco - NARP</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Cestería</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>01 de noviembre 2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría en iraca, artesanías en damagua y cabecinegro</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Cestos en iraca, flores en damagua y cabecinegro</p>		
<p>Departamento</p>	<p>Choco</p>	<p>Municipio</p>	<p>Villa Conto</p>
<p>Asesor(a)</p>	<p>Andrés Huertas S.</p>	<p>Contacto</p>	<p>317 374 33 60</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





Técnico de la comunidad	María Floricelda Córdoba.	Contacto	311 658 05 13
--------------------------------	---------------------------	-----------------	---------------

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La sociedad de artesanías Sueño de Oro, es una sociedad sin ánimo de lucro, la cual está debidamente organizada y registrada en la cámara de comercio de Quibdó con sus respectivos estatutos y acta de conformación; así mismo cuenta con su respectivo Registro Único Tributario, al igual que su artesana líder.

En la actualidad, Sueño de Oro cuenta con una plataforma estratégica debidamente formulada, la cual identifica un objetivo y una meta a cumplir proyectada a ocho años, esto a su vez permitió desarrollar una división organizacional con roles bien identificados, al punto de delegar responsabilidades de asistencia a encuentros comerciales en manos de la secretaria general de la sociedad y la responsable del registro de inventarios.

En la actualidad, ha llevado un proceso de cambios estratégicos en donde se ha visto un posicionamiento de la marca dentro del mercado regional y departamental.

En la actualidad están desarrollando su respectiva web, así como un fan page en la plataforma Facebook

Como dificultad se puede identificar la falta de señal para internet y de manera intermitente con celulares, dentro de villa Conto se puede identificar un punto vivo digital el cual funciona por días y les da acceso a la actualización y administración de plataformas digitales.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	<p>El perfil del cliente identificado para la sociedad de artesanías Sueño de Oro, parte de tres figuras, un comprador irregular, quien es la persona que está interesada en adquirir un número determinado de productos artesanales en un solo momento, y el destino de estos serán o bien para uso propio o para realizar algún tipo de presente; por lo general este cliente no genera pedidos grandes.</p> <p>El segundo perfil de cliente es un cliente regular no fidelizado, el cual está interesado en adquirir productos artesanales con el fin de revenderlos de manera personal bien sea por medio de una vitrina fija o por medio de la voz a voz. Por lo general sus pedidos se encuentran entre tres líneas de producción cada una con un número</p>
--------------------	--





	<p>de artículos fijos de tres productos, la regularidad de su compra depende de la venta de los productos que en un momento el adquirió.</p> <p>El tercer perfil de cliente identificado es denominado como regular fidelizado, este cliente en general adquiere los productos por tres motivos, el primero de ellos es para uso personal, el segundo para ofrecerlo como presente a futuros clientes potenciales y el tercero, adquirir los productos artesanales para su venta en tiendas especializadas a nivel nacional o internacional.</p> <p>Por lo general la adquisición de estos productos con el cliente regular fidelizado, es de tres a cinco líneas de producción, esto con el fin de tener en su Stock una existencia del producto; la regularidad con la cual adquiere</p>
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>A nivel departamental una plataforma que puede ser un trampolín sólido para impulsar nuevas oportunidades comerciales es la celebración de las fiestas patronales de san pacho en Quibdó.</p> <p>A pesar de ser una festividad de corte patronal, durante el periodo de duración de este evento existen espacios destinados a muestras culturales materiales e inmateriales; es necesario resaltar que dentro de dichos espacios existe una buena afluencia de compradores especializados en artesanías de nivel nacional y en algunos casos internacionales; sin embargo, en el espectro del comprador internacional existen dos perfiles.</p> <p>El comprado internacional con miras a distribuir los productos artesanales de manera exclusiva, es decir algunos productos solamente pueden ser comercializados por él.</p> <p>El segundo perfil de comprador internacional, es aquel que adquiere los distintos productos para distribuirlos como muestras artesanales con el fin de dar a conocer el trabajo en específico de la comunidad</p>
Análisis de mercado externo	
<p>¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en</p>	<p>Hasta la fecha la sociedad de artesanías Suelo de Oro no ha participado en ningún evento comercial.</p>





eventos y ferias en mercados internacionales?	
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Por el momento la sociedad no está realizando ningún trámite de gestión de calidad, puesto que no manifiestan un interés claro frente al tema en desarrollo
<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>La Asociación cuenta con potencial de exportación, partiendo de su capacidad instalada, así como de su compromiso con el manejo de técnicas con acabados de calidad.</p> <p>En la actualidad esta asociación tiene un total de 30 artesanas, las cuales en materia de cestería dependiendo del tipo de canasto está en la facultad de producir mensualmente entre 80 y 100 según el desarrollo de tiempos y movimientos realizado durante las visitas; sin embargo, esta producción solamente responde a canastos o cestería que mantengan el color natural de la fibra de Iraca canastos en una presentación natural, es decir sin tinte alguno.</p> <p>Al tinturar la iraca con anilinas la producción de dichos cestos también varía dependiendo según el tipo de teñido y los colores a utilizar; en el caso de teñir la materia prima con un solo color la producción de los mismos disminuiría entre un volumen de producción de 80 y 90 cestos.</p> <p>Mientras que un cesto bicolor o tricolor o con efectos degrade harían que la producción disminuyera de 65 a 85 cestos por mes. El anterior panorama solamente se relaciona en el caso de producción por artesana en condiciones óptimas.</p> <p>Para el caso de una cadena de producción en masa enfocadas en una sola línea de productos con una paleta de colores sencilla, la asociación de artesanas cuenta con la capacidad instalada suficiente para cubrir pedidos entre 200 y 260 cestos al mes de manera óptima con estándares altos de calidad, es decir que la materia prima hubiese pasado por un proceso de curaduría.</p> <p>En materia de las respectivas flores en damagua y cabecinegro el nivel de producción de manera mensual esta entre un rango de 350 a 450 flores siempre y cuando la materia prima ya hubiese pasado</p>





	<p>por el respectivo proceso de limpieza y mantuviese el color crudo de la fibra.</p> <p>Por otro lado, este nivel de producción también podría lograrse siempre y cuando las artesanas contaran no solamente con la fibra de damagua, sino también con los respectivos palos de helecho, los cuales solamente deben ser cortados en periodos lunares específicos, sin esta materia prima (palos de helecho) la producción podría disminuir a un nivel de 150 a 200 flores.</p> <p>Para el desarrollo y producción de flores tinturadas, se debe tomar en cuenta el tiempo de duración del proceso de limpieza, blanqueamiento y tintura de la fibra damagua, el cual puede durar un máximo de tres días, mientras que la fibra cabecinegro solo debe lavarse y secarse este proceso tiene un periodo de duración de día y medio.</p> <p>Teniendo en cuenta el tiempo de tintura de la damagua la producción en masa de flores en condiciones óptimas está en un promedio de 200 a 300 flores por mes</p> <p>En materia organizacional, la asociación cuenta con un artesano líder debida mente reconocido, cuenta bancaria y RUT actualizado.</p> <p>La Asociación de Artesanas sueños de oro por su parte cuenta con el debido registro en cámara de comercio y RUT. Cuentan con los debidos estatutos de conformación con los roles organizacionales claramente identificados.</p>
--	---

Estrategia de diferenciación en producto

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Fortalecer la producción de artesanías en damagua basándose en otras figuras naturales de frutas identificadas en la región	Identificar formas de frutas naturales del departamento Choco con el fin de reproducirla a escala en medidas estándar a partir de las fibras de Damagua y Cabecinegro	Incorporar dentro del grupo artesano un día a la semana en la que se "permitan soñar" y dejen escapar su creatividad, a fin de captar bocetos, figuras y siluetas a trabajar en las fibras.





		<p>Después de esa jornada de diseño se debe implementar una jornada de producción de un número limitado de productos de los distintos prototipos sustentada por un estudio de tiempos y movimientos; es necesario resaltar que la producción de estos artículos nuevos debe estar enfocados a crear prototipos a escala de frutas autóctonas del departamento del Choco tales como el coco, piña, piñuela, chontaduro, borojó entre otros.</p> <p>Posteriormente dichos prototipos deben ser enviados a una fase de estudio y aprobación con el fin de exhibirlos en distintos espacios comerciales de alto impacto, tales como ferias especializadas y lograr con ello una apreciación de primera mano por parte de los clientes.</p>
<p>Implementar en la producción de artesanías en damagua, basándose en figuras naturales de flores exóticas de la región distintas a las relacionadas en la lista de precios de la sociedad</p>	<p>Identificar formas de frutas y sus diferentes formas del departamento Choco con el fin de lograr la reproducción a escala en medidas estándar a partir de las fibras de Damagua y Cabecinegro.</p>	<p>Generar mesas de trabajo entre los artesanos propuestas de diseño, selección y prueba y ensayo, hasta lograr muestras prototipo.</p> <p>Jornada de producción de un número limitado de productos de los distintos prototipos sustentada por un estudio de tiempos y movimientos.</p>





		Exhibición de los prototipos en espacios comerciales en un estante especial en donde se diferencien estos productos frente a los que ya tienen un reconocimiento en el mercado artesanal.
Desarrollar una línea de productos mediana de cestos en fibra de iraca para distintos espacios tanto como domésticos o laborales	Realizar un estudio de mercado con el fin de identificar que productos en cestería pueden utilizarse en otros espacios a los ya manejados en cotidianidad.	Implementar una jornada de testeo sobre los productos en distintos espacios con el acompañamiento del asesor de diseño para poner a prueba la utilidad del producto en sus respectivos roles. Esta jornada permitirá tener una medición de la utilidad sobre el producto y una proyección de compra sobre el mismo en distintos espacios de mercado.

Estrategia de diferenciación en precio

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Venta de productos en damagua y cabecinegro por conjuntos de relación a espacios y significados	Estructurar en conjuntos grupos de artesanías que puedan identificarse como líneas de productos, de esta manera el comprador podrá adquirir un producto artesanal compuesto por mínimo tres artesanías, el cual, se manejaría en un valor intermedio entre el mismo conjunto construido de manera individual por el comprador en el espacio comercial	Jornada de relación, identificación y unificación de los productos de manera funcional. Generar muestras prototipo a trabajar. Mostrar en ferias o participaciones comerciales el prototipo y dar a conocer conceptos, costos e identidad de cada pieza.
Omitir la interacción entre intermediarios para la compra de materia prima hehecho	Adquirir el hehecho de manera directa sin intermediarios.	Establecer tiempos de corte y calendario lunar a fin de contar con una actividad costo





		<p>beneficio, tomando en cuenta información de históricos y posibles consumos, a fin de que sea una actividad sostenible para ambas partes (ambiente - comunidad - cliente final).</p> <p>Las artesanas deben cortar los palos de helecho en el periodo lunar determinado, de esta manera se evita el pago a los cortadores que venden dicha materia prima.</p>
Uso de moldes en el proceso productivo de las flores en damagua y cabecinegro	Crear moldes para diseñar las figuras de las flores y otras artesanías en damagua	Diseñar en un material resistente las distintas figuras que conforman las respectivas flores, esto permitirá el aprovechamiento máximo de las materias primas y la disminución de residuos de la fibra.
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Obsequiar un producto artesanal a los clientes que hagan compras superiores a doce (12) artículos.	La sociedad de artesanas Sueño de oro, se permite incorporar un obsequio de elaboración artesanal distintivo de la comunidad como valor agregado a la compra.	El comprador que realice una compra mayor a doce (12) productos por primera vez a la sociedad de artesanas recibirá un obsequio con identidad propia de la comunidad como parte del proceso comercial, el cual puede ser de menor valor económico, pero con sentido de identidad y publicidad para la comunidad.
Adquisición de un producto aleatorios de dimensiones pequeñas de manera gratuita	Difundir en el momento de compra de cada producto la promoción de adquirir un producto gratuito relacionado	El comprador podrá llevarse un producto aleatorio de dimensiones pequeñas después de realizar una compra





	bajo la figura de reconocimiento	superior a catorce (14) artículos, siempre y cuando no sea la primera vez que el comprador hace un pedido, esto con el fin de que no se relacione la estrategia anterior. Es necesario resaltar y hacer énfasis que el artículo gratuito por la compra será una flor en damagua bajo la figura de reconocimiento para comprador.
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Lobby comercial	Dar a conocer los productos artesanales desarrollados por la sociedad ya sea de forma física o ilustrada	Establecer e identificar contactos para coordinar citas de negocios con tiendas especializadas capaces de catapultar el producto en distintos lugares.
Estructurar una página web sólida para promocionar los productos.	Que la comunidad aprenda a crear páginas web por medio de espacios de dominio gratuito tales como wix.com o wenode.com	Mediante el desarrollo de talleres de redes sociales, diseño y fotografía se le podría dar las herramientas metodológicas a la sociedad para crear una página web de dominio gratuito, con estándares de diseño y solides visual. Es necesario resaltar que dicha página deberá contar con todas las características necesarias para identificar producto y contacto con la sociedad de manera efectiva.





		Posteriormente y según la evolución económica de la sociedad, esta podrá evaluar comprar el dominio de la misma u optar por mantenerse con el dominio gratuito.
Empalmar y buscar alianzas estratégicas con grupos de diseño y modas independientes	Búsqueda de alianzas estratégicas con empresarios independientes del sector de modas y confección a fin de que sirvan de plataforma de distribuir de los productos en un punto fijos	Consolidar contacto de empresarios independientes en el ámbito de la moda y la confección que se interesen o inspiren por la cultura y artesanías. Contactar a estos empresarios para que a medida que se postulen a ferias, lleven de la mano muestras y publicidad de la comunidad para que se contacten; de esto por cada negociación realizada ese empresario recibirá una comisión ya sea en 2,5 a 3% o en producto por cada tanto vendido.
<i>Nota</i>	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
Voz a Voz o Marketing viral	Concentrar un 5% de las proyecciones de ventas en un método voz a voz, con el fin de generar una cadena de percepción por parte de los clientes fidelizados, para que estos pueden por medio de su experiencia arrastrar nuevos clientes potenciales	Crear un vínculo entre el comprador y el producto artesanal, referenciando que la adquisición realizada no solamente es un objeto de calidad e innovación, sino también es un objeto con una trayectoria y un referente cultural único no solamente para el cliente sino también





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



		como referente nacional dentro en otros mercados
Fortalecer las herramientas digitales con las que cuenta	Utilizar cada red social con un uso y enfoque distinto.	Digitalización de imágenes y establecer catálogos virtuales de las líneas de producción con las que cuenten o que tengan especial interés, esto se divulgará por medio de Instagram y correos electrónicos de potenciales clientes recolectados por contacto en ferias o por trabajo de ingeniería social realizado por la comunidad a través de las mismas redes sociales.



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

