



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**

**ACIVA**

**2018**

|   |   |                                    |  |
|---|---|------------------------------------|--|
| <p><b>Etnia – Comunidad:</b><br/>ACIVA</p>                      |                              |                                    |  |
| <p><b>Técnica</b></p>   | <p>Tejeduría en Werregue, Chocolatillo y chaquira</p>   | <p><b>Fecha de realización</b></p> | <p>17 Noviembre 2018</p>               |
| <p><b>Oficio</b></p>  | <p>Tejeduría</p>  |                                    |  |
| <p><b>Líneas de producto</b></p>                                | <p>Canasto Franjas en chocolatillo (s,m,l), Canasto pescado en chocolatillo (s,m,l), canasto mico con tapa.</p> |                                    |  |
| <p><b>Departamento</b></p>                                      | <p>Valle de Cauca</p>   | <p><b>Municipio</b></p>            | <p>Buenaventura, barrio Miraflores</p> |
| <p><b>Asesor(a)</b></p>   | <p>Paula Andrea Enciso</p>  | <p><b>Contacto</b></p>             | <p>300- 3904036</p>                    |
| <p><b>Artesano Líder</b></p>                                    | <p>Sandra Mejia</p>   | <p><b>Contacto</b></p>             | <p>315 2821154</p>                     |
| <p style="text-align: center;"><b>DIAGNOSTICO COMERCIAL</b></p> |   |                                    |  |



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326  
/27 /28 /29

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
Bogotá, D.C. - Colombia





Previa visita de implementación técnica a la comunidad se identificó, que el grupo de mujeres beneficiarias se caracteriza por ser un grupo de pluri- étnico, con participación de las etnias wounnan nonan, eperara siapidara, e inga; representado en la Asociación de Cabildos del Valle del Cauca ACIVA. El grupo de mujeres artesanas, manifiesta que su organización actual se debe al proceso de fortalecimiento productivo dado por la participación del programa en la presente vigencia.

Se evidencia el interés del grupo de mujeres por el fortalecimiento de las actividades del componente comercial; en la primera visita realizada se identificó que la comunidad no contaba con el manejo de herramientas y/o formatos relacionados con el manejo de un registro contable, manejo de un inventario, costeo de producto, fijación de precios, estimación de capacidad productiva, uso de redes sociales como vitrina comercial, registro de marca, e imagen comercial entre otros factores.

La Artesana Líder, Sandra Mejía contaba con el Rut, el cual fue actualizado con la actividad 8299 en el 2018. Igualmente, la comunidad manifiesta que no están legalmente constituidos como grupo artesanal, por el contrario, se encuentra respaldados bajo la figura jurídica de ACIVA.

El grupo artesanal, no cuenta con una participación en espacios comerciales y/o canales de comercialización dado porque las mujeres realizan sus productos para uso propio y no en cantidades grandes para compromisos de pedidos con clientes potenciales.

La comunidad manifiesta, que no tiene interés en el proceso de formalización legal con persona jurídica porque actualmente no está en la capacidad organizativa para responder con las responsabilidades legarles Esta comunidad no tiene los roles y responsabilidades debidamente definidas, no cuenta con un organigrama, mi misión y visión como grupo formalmente organizado.



Buenaventura, Valle del Cauca. CEE-OMBIA

El proceso de fortalecimiento productivo del componente de comercial, se enfocó en los ejes de i) formalización empresarial y ii) comercialización y mercadeo acompañando el asesoramiento a la comunidad.

**ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL**

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <p>Perfil del cliente</p> | <p>Los productos elaborados por la comunidad, tienen un tipo de mercado para ofrecer como cadenas hoteleras, restaurantes, boutiques porque los productos elaborados como la cestería son principalmente decorativos. Por otra parte, la bisutería inga, tiene un mercado más amplio como boutiques, hogares, para regalos.</p> |
|---------------------------|---|





|   |   |  |
|---|---|--|
|   | Los anteriores, son algunos de los perfiles a los que se pueden ofrecer los productos.  |  |
| <b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>  |   |  |
| Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales   | En la región se destacan clientes como la cadena de Hoteles de Buenaventura, así como el espacio que proyectan crear en la sede de Radio de ACIVA con espacio para la comercialización de los productos |  |
| <b>Análisis de mercado externo</b>  |   |  |
| ¿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:<br><br>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial | No aplica, la comunidad no tiene la madurez organizativa y capacidad productiva para procesos de exportación, además de la falta de un proceso de formalización empresarial.                            |  |
| <b>Estrategia de diferenciación en producto</b>   |   |  |
| Oportunidad de mejora identificada  | Estrategia  | Actividad  |
| Oferta de productos de calidad con diseños de innovación étnica   | Diseños con Innovación  | Realizar productos con procesos de innovación étnica, que reflejen la cultura de la comunidad. |
| <b>Estrategia de diferenciación en precio</b>   |   |  |
| Oportunidad de mejora identificada  | Estrategia  | Actividad  |
| Oferta de Diseños Exclusivos  | Precios fijados por diseños exclusivos.   | Establecer líneas de producto con diseños exclusivos a precios justos brindando                |





|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | exclusividad a los clientes.   |
| <b>Estrategia de Fidelización de Clientes</b>                                       |  |  |
| Oportunidad de mejora identificada  | Estrategia   | Actividad  |
| Ampliación de portafolio de clientes  | Búsqueda de empresas especializadas  | Ampliar el mercado por medio de la oferta de productos a un target de empresas público y privadas del sector, con recordación corporativa. |
| <b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>                 |  |  |
| <u>Canales de comercialización</u>  | <u>Estrategia</u>  | <u>Actividad</u>   |
| Selección de clientes potenciales de la región                                      | Ofrecer en las distintas plazas de la sede de Buenaventura y Valle de Cauca. | Presentación y oferta de productos a los clientes de la región.  |
| <b>Nota</b>   | No aplica.   |  |
| <b>Estrategia de diferenciación en promoción</b>                                    |  |  |
| Oportunidad de mejora identificada  | Estrategia   | Actividad  |
| Oferta de productos con historias por contar, ampliando la promoción de los mismos. | Historia detrás del producto.  | Difundir en las redes sociales asociadas a la comunidad, los procesos de elaboración de productos y comercialización de los mismos.        |

