



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

ECOMANGLAR

2018

<p><b>Etnia – Comunidad:</b> Ecomanglar</p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p>Talla en madera y Tejeduría</p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p>5 Noviembre 2018</p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Talla en madera y tejeduría</p>		
<p><b>Líneas de producto</b></p>	<p>Picadora rectangular, picadora circular, cuchara de cabeza redonda (S,M,L), cuchara de cabeza de hoja (S,M,L), mecedora.</p>		
<p><b>Departamento</b></p>	<p>Valle de Cauca</p>	<p><b>Municipio</b></p>	<p>Isla la Plata, Sierpe y Miramar de Bahía Málaga</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>Daniel Mosquera</p>	<p><b>Contacto</b></p>	<p>317 - 3545751</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





La comunidad de Ecomanglar representa 1 de los 6 Consejos comunitarios Afros dentro del parque natural Uramba Bahía Málaga, residen en las islas de la Plata, la Sierpe y Miramar. Actualmente se encuentran legalmente constituidos como Asociación basando su economía principalmente del turismo comunitario, enfocado en la protección del territorio. Esta comunidad tiene un desarrollo organizativo nivel medio-medio dado por la distinción de los roles y responsabilidades entre los socios beneficiarios, donde hombres y mujeres trabajan por el desarrollo de su territorio comunitario.

El artesano Líder, Daniel Mosquera cuenta con el Rut actualizado con la actividad 8299 año 2018, al igual que la asociación cuenta con el Nit, registro de cámara de comercio y documentos legales. Actualmente la comunidad de Ecomanglar, se encuentra organizada con lineamientos enfocados hacia las acciones de desarrollo de la comunidad por medio del turismo comunitario. Con relación al ejercicio artesanal, los beneficiarios no cuentan con un registro de actividades contables, presupuestos, contabilidad, registro de costeo, y/o lista de precios; lo mencionados con anterioridad se han fortalecido con las implementaciones técnicas desde el componente comercial.

El grupo artesanal se encuentra organizado, en roles rotativos enfocados en actividades de transporte, alimentación, hospedaje en pro del turismo comunitario con protección de la biodiversidad de la zona de bahía Málaga; roles que les permite a los asociados trabajar en red y participar de cada una de las acciones con líneas de comunicación horizontal.

Los principales clientes, han sido los turistas que han participado de las rutas de etno turismo, que han comprado en zona muestras de los productos co-diseñados en el presente programa; siendo este un proceso a dinamizar como vitrina comercial local para la comunidad, ya que cuenta con un amplio porcentaje de visitantes en todo el año; para las cuales reflejado un total de \$910.000 pesos de ventas en sitio.

La comunidad participo del Encuentro Empresarial de Herencias en Cali siendo el anterior, el primer espacio de participación de un evento comercial con unas ventas totales de \$135.000 pesos, además de proyectar la participación en el Expoartesanas 2018.

**ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL**

Perfil del cliente	Los principales clientes de la comunidad, son los diferentes turistas que los visitan en el transcurso del año, ya que la ubicación de la comunidad tiene un proceso de articulación con el turismo comunitario, siendo este su principal escenario de vitrina comercial.
<b>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</b>	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Las oportunidades comerciales de esta comunidad se dan en espacios de venta al por menor en la vitrina comercial de su zona de residencia con los principales turistas que les visitan. Los productos que elaboran se caracterizan por la proyección de referentes culturales,





	<p>categorizados en utensilios para cocina elaborados en “Mare” madera de la región, y cestos de diferentes materias primas.</p> <p>Su proyección de clientes potenciales se da con empresas comercializadoras de productos para la cocina; restaurantes; hoteles, y hogares. Ya que entre las referencias que tienen son picadoras (tablas para picar alimentos), cucharas con cabeza de gota, cucharas con cabeza redonda; en diferentes diseños.</p> <p>Actualmente, se proyectan conversaciones con un restaurante llamado “Café Pacifico” que se encuentra ubicado cerca al puerto de Buenaventura, Valle del Cauca.</p>
<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
<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>La comunidad cuenta con la estructura organizacional dada por la Asociación Ecomanglar que les antecede, permitiéndoles la proyección de un mercado internacional. Su proceso de formalización empresarial, se da por Cámara de Comercio, Rut, Estatutos de la Asociación Ecomanglar.</p> <p>Para establecer canales de comercialización internacional, es necesario revisar los diferentes permisos para comercialización de madera.</p> <p>Cuentan con una capacidad productiva mensual de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Picadora Rectangular (TR) o Circular (TC): 40 por mes</li> <li>• Cuchara cabeza redonda- CR (L): 40 por mes</li> </ul>





<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuchara cabeza redonda CR (M): 40 por mes</li> <li>• Cuchara cabeza redonda- CR (S): 60 por mes.</li> <li>• Cuchara cabeza de gota – CG (L): 40 por mes</li> <li>• Cuchara cabeza de gota – CG (M): 40 por mes</li> <li>• Cuchara cabeza de gota – CG (S): 60 por mes.</li> </ul> <p>Se aclara que su nivel organizativo en torno al turismo comunitario, permite un desarrollo y fortalecimiento oportuno de las actividades artesanales por la clara identificación de roles que existen dentro del grupo.</p> <p>La figura de organigrama, se da por la rotación constante de los roles y responsabilidades entre los asociados de Ecomanglar, los (as) artesanos (as) dedican tiempo de sus actividades diarias al oficio artesanal dado que este es un proceso que se encuentra en fortalecimiento.</p>		
<b>Estrategia de diferenciación en producto</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Fortalecimiento del oficio artesanal	Diversificación de Producto	Oferta de productos co-diseñados con referentes culturales del Pacífico. Ampliada por la participación y visibilización de las vitrinas comerciales (virtuales).
<b>Estrategia de diferenciación en precio</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Alzas de precios de productos derivados de madera “Mare”, por escases de este tipo de árbol	Madera con historia	Ofrecer productos derivados de varios tipos de madera que se da en la región como chachajillo, balso. Que les permita ampliar la oferta de productos, manteniendo las representaciones y referentes culturales en cada pieza.
Dar a conocer el proceso de la madera	Productos de Calidad e historia malagueña	Ofrecer por medio de la venta de productos, la calidad de la madera. Contando el proceso de recolección, y manejo de materia prima como fuente de comercialización de productos. Justificando en la calidad el precio justo.
<b>Estrategia de Fidelización de Clientes</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
		Ofrecer en las rutas de turismo, espacios





Acercamiento a la cultura malagueña con los clientes	Excelencia de Servicio	de interacción con los procesos de elaboración de producto que permitan conocer al cliente la historia que existe detrás, ampliando la agenda de clientes y replicando entre los productos la historia malagueña.
<b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Redes Sociales	Promoción de productos artesanales	Por medio de la página de Facebook <a href="https://www.facebook.com/Ecomanglar2/">https://www.facebook.com/Ecomanglar2/</a> e Instagram <a href="https://www.instagram.com/ecomanglar/">https://www.instagram.com/ecomanglar/</a> de Ecomanglar en la que promocionan las actividades de turismo, se colgara en las redes el proceso de los oficios artesanales para ofertarlos como parte de los servicios y/o productos.
Vitrina Comercial en Sitio	Ampliación del Mercado Local (Rutas de turismo)	Se proyecta la creación de una vitrina comercial en la sede de recepción de viajeros (puerto de la isla la Plata), un espacio para ofrecer a los visitantes muestras comerciales para la venta en pesos colombianos y dólares.
<i>Nota</i>	No aplica.	
<b>Estrategia de diferenciación en promoción</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Del turismo comunitario la comunidad puede ampliar la oferta de productos artesanales como parte del proceso de comercialización y promoción	Información de productos artesanales.	Campaña de oferta de las líneas de producto en los bouchers y/o correos enviados por las rutas de turismo asociadas
Visibilización de productos por medio de los canales de comercialización de las rutas turísticas.	Promoción de producto en redes sociales	Promocionar a través de las redes sociales, como propaganda según sea disponible la proyección de los recursos y costos en los que incurre la comunidad para promocionar los productos.

