

“PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y EMPRESARIAL PARA PUEBLOS INDÍGENAS EN COLOMBIA”

(Convenio Interadministrativo No. 263 de 2017 Suscrito entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, S.A)

PLAN DE MERCADEO ESTRATÉGICO FOCALIZADO

(ANESHIWAYA)

2017

Etnia – Comunidad:
(wayuu - Mayapo)



Técnica	Tejido de punto. Elaboración de Mochilas y accesorios, con hilo acrílico	Fecha de realización	
Oficio	Tejeduría		
Líneas de producto	Mochilas, chinchorros y accesorio		
Departamento	La Guajira	Municipio	Hato nuevo
Asesor(a)	Yandis Ortiz Ramírez	Contacto	304 6746399
Técnico de la comunidad	Alber Segundo Gonzalez Epiayu	Contacto	3122249721

DIAGNOSTICO COMERCIAL

El grupo de artesanas Aneshiwaya está formalmente constituido como fundación mediante Rut con nit 900211599 – 1, tienen determinada misión, visión y organigramas



en donde tiene asignadas funciones para cada miembro del grupo con el fin de contribuir con el logro de los objetivo, actualmente cuentan con buenos diseños y mezcla de colores, el tejido es de buena característica conservando las tradiciones ancestrales, pero a los productos les hace falta rigidez y textura para generar el impactos al cliente que es de buena calidad. Las ventas de las artesanías wayuu se realizan por medio de la informalidad del mercado y los muchos intermediarios por lo cual no se cuenta con canales de distribución definidos de manera clara para la venta de los productos. Sean participados en diferentes eventos a nivel regional y nacional.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Los clientes son atendidos de forma directa para lograr su fidelización y recompra, además de los precios asequibles, lo que permite que sean comprados por todos los estratos socio económicos y para todas las edades.

Perfil del cliente

Los consumidores que adquieren productos de tejidos artesanales Wayuu, son personas que tienen conciencia de la importancia de la cultura ancestral y el respeto por la misma; son hombres y mujeres que están en todas las edad, que han pasado por una academia. Son muy selectivas al momento de comprar, su decisión se centra en la calidad más no en el precio, gran parte de los productos que compran son destinados para obsequios porque manifiestan que es la forma de



	<p>contagiar ese amor por lo cultural a los demás.</p> <p>Nuestros principales clientes son turistas que ingresan a las playas de Mayapo en donde se encuentran ubicadas nuestras artesanías.</p>
<p>Estrategias de fidelización</p>	<p>Se logran nuevos clientes creando estrategias de difusión a través de redes sociales y con el boca a boca de los buenos diseños y calidad de las artesanías.</p>
<p>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</p>	
<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>Cliente de Cartagena, Almacén Habachiqui</p> <p>Y la Coordinadora de museo del oro estará visitando el stand en expo artesanías con el fin de revisar los colores de las mochilas y realizar una buena compra.</p> <p>En los eventos los encuentros de economías propias nacional e internacional han realizado las siguientes ventas.</p>



	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas en feria de México 18 mochilas por valor de \$ 3.193.799 • Encuentro de economías propias Cartagena ventas por valor de \$ 1.275.000.
<p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p>	<p>Los eventos regionales que se realizan en la región son:</p> <p>Expoguajira</p> <p>Ferias comerciales impulsadas por cámara de comercio.</p> <p>Ferias comerciales impulsadas y desarrolladas por el SENA seccional Guajira.</p> <p>Expo- Barrancas</p> <p>Encuentros comerciales desarrollados por el INFOTEP y la universidad de la Guajira</p> <p>Ferias en los distintos festivales desarrollados en la región de la Guajira.</p> <p>Están invitados a los encuentros de economías propias de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartagena del 03 al 06 de Noviembre del 2017



	<ul style="list-style-type: none"> • Bogotá – expo artesanías del 09 al 19 de Diciembre del 2017. • Claustro de productos en Cuenca – Ecuador del 02 al 5 de Noviembre.
¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?	Generar alianzas comerciales con diferentes actores de turismo entre ellos se encuentran: Tiendas de Artesanías, Mercado Público, Agencias de Viajes, Hoteles, Artesanas independientes, Rancherías Turísticas. Los cuales tienen gran potencial para abrir mercados.
Observaciones:	
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	Los productos sean promocionados y vendidos a través de un claustro en la ciudad de México denominado las manos del mundo con unas ventas por valor de \$ 2.378.600 que equivalen al 20% del total de las ventas de mochilas grandes del Claustro wayuu.



<p>Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.</p>	<p>Se encuentran trabajando en mejorar la calidad de los productos para poder certificarse</p>		
<p>Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>34 mochilas grandes al mes dos por artesanas; 30 mochilas pequeñas con 17 artesanas Formalizados empresarialmente con Rut, cámara de comercio, cuenta con un Organigramas en donde sean delegado funciones a sus miembros. Tienen gran potencial para exportar en un futuro sus artesanías.</p>		
<p>Observaciones:</p>			
<p>Resultados comerciales proyectados</p>			
<p>Producto</p>	<p>Precio</p>	<p>Ventas obtenidas 2016</p>	<p>Ventas proyectadas 2017</p>
<p>Mochila Grande</p>	<p>\$ 180.000</p>	<p>\$3.647.000</p>	<p>\$ 10.000.000</p>



VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	Fabiola celular 314 2999628 Coordinadora del museo del Oro, la conoció en Bogotá	Ventas proyectadas \$ 11.520.000	Tasa de efectividad \$ 1.152.000
Estrategia de diferenciación en producto			
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad	
Mochilas y accesorios de alta calidad	Genera productos de altos estándares de calidad.	Los productos hechos a mano, constituyen un incentivo para los consumidores, si estos cumplen los requerimientos de calidad y precio.	
Observaciones:			
Estrategia de diferenciación en precio			



Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Precios altos	Los precios de lujo sacan ventaja de un segmento de los clientes que creen que la alta calidad viene con un precio de lujo.	En lugar de intentar tener el precio más bajo entre los competidores, las fundación que usan la estrategia del precio de lujo intentan poner el precio de sus productos y servicios en lo más alto del mercado. Generando el concepto de calidad y productos exclusivos.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
Exportadores y/o Importadores	No aplica	No aplica
ONG'S y fundaciones	No aplica	No aplica
Empresas minoristas	No aplica	No aplica



Almacenes de cadena y grandes superficies	No aplica	No aplica
Tiendas minoristas especializadas	Promover los productos a través de las organizaciones turísticas de la región.	Promocionar los productos en hoteles, restaurantes y zonas turísticas.
Empresas manufactureras	No aplica	No aplica
Instituciones corporativas publico / privadas	No aplica	No aplica
Redes sociales / pagina web	Ofrecer los productos a través de página en internet y redes sociales.	Crear las redes Sociales como Facebook e instagram para dar a conocer los productos
Venta directa	Ventas de las rancherías	Comercializar los productos directamente a turistas de la zona.
Referidos voz a voz	A través de referencias de amigos	Dar a conocer los productos por medio de amigos, familiares y conocidos.
Participación en ferias, eventos y encuentros	Mantener una excelente exhibición del producto	Realizar exposiciones artesanales con unos precios atractivos
Observaciones:		

Estrategia de diferenciación en promoción



Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Campañas de promociones	Realizar descuentos especiales en las ventas de los productos	Ejecutar campañas de descuentos y promociones con artículos de baja rotación con de aumentar las ventas.
Observaciones:		

