

**“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

(Manaure)

2017

| | | | |
|--|---|------------------------------------|--------------------|
| <p>Etnia – Comunidad: (Wayuu y Manaure)</p> |  | | |
| <p>Técnica</p> | <p>Tejido de Punto Crochet o ganchillo y Telar Vertical</p> | <p>Fecha de realización</p> | |
| <p>Oficio</p> | <p>Tejeduría</p> | | |
| <p>Líneas de producto</p> | <p>Mochilas Wayuu</p> | | |
| <p>Departamento</p> | <p>La guajira</p> | <p>Municipio</p> | <p>Manaure</p> |
| <p>Asesor(a)</p> | <p>Yandis Ortiz Ramírez</p> | <p>Contacto</p> | <p>304 6746399</p> |



| | | | |
|--|---|-----------------|------------|
| Técnico de la comunidad | Karen Patricia Palacio | Contacto | 3002329913 |
| DIAGNOSTICO COMERCIAL | | | |
| <p>(El asociativo de artesanías está en proceso de formalización con cámara de comercio, tiene definidos Misión, Visión y Organigrama dentro de la organización , no tiene trazado un horizonte comercial sus productos solo se vende en el municipio de Manaure en la Guajira, Cuenta con un inventario claro y llevan los registros de ventas y costos de la unidad productiva , actualmente está en el proceso de generar la necesidad de abrir nuevos mercados a través de las redes sociales y participación en los diferentes encuentros regionales y nacionales de economías propias con el fin de gestionar nuevos clientes.</p> | | | |
| ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL | | | |
| <p>Clientes que asisten de vacaciones a las playas de Manaure, buscar clientes a través de publicidad del asociativo de artesanías del vos a vos y a través de la asistencia a ferias y ruedas de negocios.</p> | | | |
| Perfil del cliente | <p>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, así mismo buscan productos que representen una cultura y que cuenten una historia.</p> | | |
| Estrategias de fidelización | <p>Con la venta de productos de calidad creando un prestigio de originalidad y tradición.</p> | | |
| ¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región? | | | |
| Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales | <p>Clientes Jucin Siut, Teléfono de contacto: 3006100393 de la ciudad de Cartagena, en espera de llamada para concretar algún negocio.</p> <p>El asociativo de artesanías está invitado a los siguientes encuentros de economías propias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartagena del 03 al 06 de noviembre del 2017. | | |



| | |
|---|---|
| <p>¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Bogotá – expo artesanías del 09 al 19 de Diciembre del 2107. <p>Los eventos regionales que se realizan en la región son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expoguajira • Ferias comerciales impulsadas por cámara de comercio. • Ferias comerciales impulsadas y desarrolladas por el SENA seccional Guajira. • Expo- Barrancas • Encuentros comerciales desarrollados por el INFOTEP y la universidad de la Guajira • Ferias en los distintos festivales desarrollados en la región de la Guajira. <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 • Bogotá – expo artesanías del 09 al 19 de Diciembre del 2017. <p>Claustro de productos en Cuenca – Ecuador del 02 al 5 de Noviembre.</p> |
|---|---|



| | | | |
|---|--|-----------------------|-------------------------|
| ¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse? | Crear alianzas productivas con los grupos artesanales de la zona con el fin de fortalecer lazos comerciales y aumentar las ventas. | | |
| Observaciones: | | | |
| Análisis de mercado externo | | | |
| ¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales? | Los productos del grupo artesanal han participado en una feria en Ecuador con unas ventas de \$ 275.000 y la próxima feria internacional es en Cuenca – Ecuador donde estarán presente los productos por medio de un Claustro. | | |
| Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados. | En proceso de mejora de la calidad de los productos para lograr la acreditación de los productos | | |
| Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial | Se recomienda establecer un mercado local y seleccionar una gama de productos para evaluar exportación en un futuro. Con el fin de potencializar las ventas a nivel regional y nacional. | | |
| Observaciones: | | | |
| Resultados comerciales proyectados | | | |
| Producto | Precio | Ventas obtenidas 2016 | Ventas proyectadas 2017 |
| Mochilas Grande | \$ 150.000 | \$ 1.395.000 | \$ 2.500.000 |
| Mochila Pequeña | \$ 40.000 | | |
| Chinchorros | \$ 600.000 | | |
| Mantas | \$ 350.000 | | |
| VENTAS TOTALES | | | |
| Negocios proyectados | Quienes, donde y como | Ventas proyectadas | Tasa de efectividad |



| | | | |
|---|--|---|--------------|
| Dos negocios proyectados | En el encuentro de economías propias de Cartagena | \$ 21. 360.000 | \$ 2.136.000 |
| Estrategia de diferenciación en producto | | | |
| Oportunidad de mejora identificada | Estrategia | Actividad | |
| Mochilas personalizadas | Identificar y suplir las necesidades de los clientes. | Venta directa entre el productor artesanal y el cliente, mediante la Realización de trabajos específicos. | |
| Crear una marca de diferenciación de los productos | Diseñar marca publicitaria de las artesanías de Mujer Ichi. | Propuestas de marca etiqueta y sello de identidad | |
| Observaciones: | | | |
| Estrategia de diferenciación en precio | | | |
| Oportunidad de mejora identificada | Estrategia | Actividad | |
| Mochilas tradicionales | Estampar en cada una de las piezas artesanales el alto valor cultural que Representan. | Rescatar figuras tradicionales que transmitan buena calidad y que tengan una historia. | |
| 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 | No aplica | No aplica | |
| Empresas manufactureras | No aplica | No aplica | |



| | | |
|---|---|--|
| Instituciones corporativas publico / privadas | No aplica | No aplica |
| Redes sociales / pagina web | Impulsar los productos a través de las redes sociales. | Crear redes sociales como Facebook y instagram para promocionar los productos. |
| Venta directa | Establecer un lugar para ventas al publico | Abrir una tienda en el municipio de Manaure en las zonas turísticas para aumentar las ventas. |
| Referidos voz a voz | Nuevos clientes es a través de referidos. | Buscar que un cliente satisfecho le cuenta a otro lo bueno que es usted y la forma como puede ayudarle a satisfacer necesidades con los productos. |
| Participación en ferias, eventos y encuentros | Asistir a los eventos en donde se vea potencial de promocionar los productos. | Venta directa en diferentes ferias en las que el artesano participa, como medio para promover sus productos |
| Observaciones: | | |

Estrategia de diferenciación en promoción

| Oportunidad de mejora identificada | Estrategia | Actividad |
|------------------------------------|--------------------------------|--|
| Aumentar los clientes | Cree una oferta para referidos | Premie el que lo recomienden. No todas las compensaciones deben ser económicas pueden ser descuentos para su próxima compra así como pequeños Obsequios. |
| Observaciones: | | |

