

**“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

(Resguardo Wayuu Lomamato)

2017

**Etnia – Comunidad:
(Resguardo Wayuu
Lomamato)**



Técnica	Tejido de Punto Crochet o ganchillo y Telar Vertical	Fecha de realización	
Oficio	Tejeduría		
Líneas de producto	Productos Mochilas, mantas y Chinchorros		
Departamento	La Guajira	Municipio	Hato nuevo
Asesor(a)	Yandis Ortiz Ramirez	Contacto	3046746399
Técnico de la comunidad	David Ipuana	Contacto	3008913991

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La asociación Jeketu – kay, se encuentra formalizada con cámara de comercio (suscrito por asamblea general de socios) inscrita con el N° s0504837 y el Rut con el Nit 900706935 – 7, cuenta con misión , visión y organigrama como parte de la organización,



en la parte comercial se está posicionando y dando a conocer con la participación en distintas ferias a nivel nacional, la organización cuenta con registros contables de ventas, costos y gastos, actualmente también impulsa sus ventas a través de las redes sociales por medio de las cuales ha dado a conocer sus productos y la comunidad.

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Nuestros clientes actuales son organizaciones y personas de diferentes lugares de Colombia.

Perfil del cliente

Se crean productos para clientes que sean originales que les guste la variedad de colores, de formas y sobre todo prácticos de fácil uso, para aquellas personas que les gusta sentirse frescas pero a la vez originales .nuestros clientes se encuentran ubicados en diferentes ciudades de Colombia y compran con periodicidades diferentes.

Estrategias de fidelización

Identificar puntos fuertes y puntos a trabajar para desarrollar una verdadera estrategia encaminada a posicionar la artesanía Wayuu dentro del marco del consumo responsable, el comercio justo y la moda, tendencias que presentan hoy por hoy una oportunidad muy interesante para



	<p>todo el eslabón de producción del hecho a mano, y las prácticas de rescate cultural.</p>
<p>¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?</p>	
<p>Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales</p>	<p>De los encuentros de economías propias realizados a nivel nacional durante las citas de negocios se identificaron los siguientes clientes potenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duitama - Faizul Lopez – particular - teléfono de contacto: 3182389003. <p>Se encuentran interesados en mantas valorizadas en 130.000; aún no se ha generado un pedido y/o cotización. Se encuentran en conversaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manuel Gómez – particular - teléfono de contacto: 3115922249. <p>El cliente está interesado en comprar mochilas para un negocio de tienda de artesanías que va a colocar, están en proceso de conversaciones y nota mucho interés por los productos.</p>



- Sandra Ortega – Teléfono de contacto 3144606971.

El cliente está interesado en comprar mantas por mayor, se encuentran en conversaciones.

• Yopal

- Julieth Salamanca - Juliethas tienda de diseño - teléfono de contacto: 3227355504.

El clientes desea comprar por mayor las mochilas están en conversaciones.

- Aida Plazas - coordinadora administrativa y tecnológica OXO hotel.

El cliente no ha concretado el negocio.

- Manuel Flórez - Orinoquia sabor y arte - 345922249

El cliente está pendiente de los productos pero no ha concretado negocio.

Con gestión y recursos propios se presentaron en expo – Medellín en donde realizaron contactos con Johanna Andrea Villota teléfono de contacto: 3112922890, ha realizado compras al grupa artesanal.



¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?

Los eventos regionales que se realizan en la región son:

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

Estará participando en los siguientes encuentros de economías propias:

Yopal del 05 al 08 de Octubre del 2017 en este evento tuvo unas ventas por \$ 1.500.000

Duitama – Boyacá del 12 al 15 de Octubre del 2017

Cartagena del 3 al 6 de noviembre del 2017

Bogotá – Expo – artesanías del 09 al 19 de Diciembre del 2017.

Ferias en Valledupar – Cesar



	Expo – Medellín
¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?	Se pueden crear estrategias comerciales con otros grupos artesanales para impulsar las ventas.
Observaciones:	Puntos buena calidad en el tejido y con ganas de perfeccionarse cada día más.
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	El grupo artesanal de Lomamato cuenta con experiencia en la participación de ferias artesanales este año a participado en varias como: Claustre MEXICO las manos del mundo con unas ventas \$ 1.308.230 Claustre ECUADOR con unas ventas de \$ 701.250
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	No se tiene certificación, ni el sello de Artesanías de Colombia - Hecho a mano, (ni de comercio justo, ni certificación de calidad)
Potencial de exportación:	El taller está listo para exportar. Sus productos deberán pasar por el análisis de



<p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial</p>	<p>costeo, combinación de colores y adecuarse al mercado internacional. Actualmente la organización cuenta con una estructura organizacional donde sean delegadas funciones y responsabilidades para lograr los objetivos planteados por el grupo artesanal.</p>
---	--

<p>Observaciones:</p>	
-----------------------	--

Resultados comerciales proyectados

Producto	Precio	Ventas obtenidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Mochila Grande	\$ 160.000	\$ 7.010.000	\$ 15.000.000

VENTAS TOTALES

<p>Negocios proyectados</p>	<p>Encuentro de economías propias Yopal - Julieth Salamanca - Juliethas tienda de diseño - teléfono de contacto: 3227355504.</p>	<p>Ventas proyectadas \$ 63.360.000</p>	<p>Tasa de efectividad \$ 6.336.000</p>
-----------------------------	--	---	---



	<p>- Aida Plazas - coordinadora administrativa y tecnológica OXO hotel.</p> <p>- Manuel Flórez - Orinoquia sabor y arte - 345922249</p>		
--	---	--	--

Estrategia de diferenciación en producto

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Mochilas con estilos que transmitan frescura.	Diferenciar las mochilas por calidad, diseño y comodidad.	Diseñar estilos para personas que le guste llevar la frescura y comodidad
Canales de distribución	Mejorar los canales de distribución facilitando al cliente la forma de comprar las artesanías.	Impulsar las ventas a través del mercado virtual por medio de las redes sociales, teniendo claras la entrega de los productos y la forma de pago anticipada.
Observaciones:		



Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Precio altos – mejor calidad	Introducir concepto de originalidad.	Genera el concepto que altos precios por la calidad de las artesanías hechas 100 % a mano y productos únicos.
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	Gestionar con fundaciones la promoción del grupo artesanal y sus productos.	Realizar portafolio de productos para presentarlos a diferentes fundaciones con y sin ánimo de lucro.
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	Organizar paginas sociales para dar a conocer las artesanías	Crear Facebook, instagram y otras páginas para impulsar las ventas.
Venta directa	No aplica	No aplica
Referidos voz a voz	No aplica	No aplica
Participación en ferias, eventos y encuentros	Presentar en eventos regionales y nacional con el objetivo de dar a conocer y conseguir clientes para el asociativo	Las exhibiciones donde se incluyen actividades que permitan promocionar los productos y sobre todo dar a conocer el grupo artesanal en busca de gestionar clientes y posición con respecto a la competencia.
Observaciones:		
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad



Segmentación de mercado	Segmentar el mercado de acuerdo a los gustos de los clientes.	Clasificar el producto de acuerdo a gustos y preferencias de los consumidores más frecuentes y los cuales ayudan a impulsar las ventas.
Observaciones:		

