


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

MAIMA JASAY

2018

<p>MAIMA JASAY</p>			
<p>Técnica</p>	<p>Tejeduría</p>	<p>Fecha de realización</p>	<p>26 DE SEPTIEMBRE DE 2018</p>
<p>Oficio</p>	<p>Tejeduría en crochet, punto en pellón</p>		
<p>Líneas de producto</p>	<p>Tejeduría De Mochilas, Chinchorros, Sobres, Llaveros, Sombreros, Canastos</p>		
<p>Departamento</p>	<p>Guajira</p>	<p>Municipio</p>	<p>MAICAO</p>



Asesor(a)	Laura Marcela Acero Márquez	Contacto	3003801692
Técnico de la comunidad	Yudelis sapuana	Contacto	3117804422

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad de Artesanos de Maima Jasay son un grupo que no se encuentra registrada ante cámara de comercio como una figura Jurídica, a la fecha se encuentra realizando los estatutos para iniciara el proceso de legalización y a su vez harán el cambio de nombre para WAJAPÜ que significa manos que unen.

La comunidad de Maima Jasay nombre en Wayunnaiki que define “muchu arena fina” es territorio ancestral de la Etnia Wayuu, cuenta con un total de sesenta familias del mismo pueblo y dista del casco urbano de Maicao 45 km, está localizada en zona fronteriza y su economía se basa en cultivos de frijol, patilla, ahuyama, yuca para lo cual se aprovecha la época de lluvia.

La comunidad de Maima Jasay se encuentra organizada en núcleos familiares dispersos, y aun no se encuentran cobijados por ningún resguardo o cabildo. Cuentan con una autoridad propia que ayuda a la consecución de recursos y a la organización interna, sin embargo, no tienen ningún tipo de organización como tal.

Esta comunidad se encuentra formalmente legalizada ante la cámara de comercio de la guajira como **ASOCIACION WAJAPU**, la comunidad está muy bien organizada en el tema comercial ya que en lo que ha transcurrido del año ha asistido a diferentes eventos comerciales y a su vez cerrado negocios importantes para el grupo.

Cuentan con el apoyo de la Líder artesana que siempre está a la vanguardia de las ferias y eventos a los cuales puede llevar sus productos y de los cuales siempre trae posibles negocios de los que casi siempre logran concretarse.

La comunidad de maimjasay tuvo la oportunidad de asistir en la feria artesanal de Tenerife España donde tuvo participación internacional, al regreso de la feria la comunidad obtuvo ventas por valor de \$ 7.000.000 de pesos y posibles compradores extranjeros (Polonia) que están interesados en comprar al por mayor mochila tapizada en pellón

ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	Clientes extranjeros (estadounidenses, polacos, españoles)
--------------------	--



	Compradores de stand de artesanías en centros comerciales (jóvenes, señoras y señores)	
¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?		
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	La comunidad de maimajasay no cuenta con clientes potenciales en la región, por lo que una de las metas para el 2019 que tiene la líder artesana es abrir una tienda artesanal en Maicao y Riohacha donde ofrezcan los productos hechos por la comunidad	
Análisis de mercado externo		
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	Va a asistir a la feria que se va a realizar en Tenerife - España	
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Aun no tienen certificado de calidad	
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	No tienen proyecto de exportar, están iniciando el proyecto. La capacidad instalada de producción de la comunidad es muy buena por lo general su producción mensual por artesana es de 10 mochilas mensuales, dando a así un cumplimiento de las metas mensuales de la comunidad en producción. La comunidad cuenta con el registro de cámara de comercio bajo el nombre de wajapu, está inscrita en la Dian, cuentan con una estructura organizacional activa.	
Estrategia de diferenciación en producto		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad

Ofrecer promociones a los clientes actuales	Resaltar el ahorro en costos y durabilidad en comparación de los otros productos	Realizar promociones con el fin de dar a conocer sus productos a nuevos mercados
Calidad	Ofrecer calidad a los consumidores para mantener la lealtad del cliente	Crear artículos de excelente calidad en ferias y eventos que hagan que los clientes se enamoren cada vez mas de los productos
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Incrementar la producción	Optimizar los costos y los procesos	Incrementar la producción para así tener mayor número de productos y poder manejar diferentes valores optimizando los costos y los procesos
Cuidar el precio del mercado en relación con la competencia	Precio promedio del mercado	Evaluar los precios que maneja la competencia para hacer un promedio de los productos iguales o similares que maneja la competencia para fijar el precio
Crear una estrategia agresiva de mercadeo	Estrategia de liderazgo en costos	Mejorar continuamente los procesos de producción de las diferentes líneas de producto para hacerlos más rentables.
Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Uso de Redes sociales	Generar una comunidad de clientes en las redes sociales	Crear la página de red social Facebook para intercambiar experiencias y todo tipo de comentarios e información de las diferentes líneas de producto



Descuentos	Ofrecer descuentos solo a clientes fieles	Abrir un grupo de clientes y según la antigüedad y fidelidad que tengan con el producto ofrecerles descuentos adaptado a su fidelidad
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Mayorista	Crear mayores alianzas	Crear espacios en feria o eventos donde se pueda captar compradores para ofrecer sus productos. Llegar a hoteles y ofrecer las líneas de producto para los huéspedes a precios asequibles
Minorista	Manejar ofertas	Buscar precios manejables para llegar a otro tipos de mercados que permitan generar compras en todo tiempo
Consumidor final	Ofrecer productos de calidad y a un excelente precio	Ofrecer todo el tiempo productos de excelente calidad y al mejor precio que permita al consumidor final adquirir las diferentes líneas de productos en ferias o eventos artesanales
<i>Nota</i>	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	
Estrategia de diferenciación en promoción		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad



Uso de internet	Uso de redes sociales	Tener una cuenta en Facebook que las personas que las sigan encuentren originalidad y variedad de contenido la forma de diferenciarse de los demás perfiles de artesanías será usar diferentes tipos de formatos videos, fotografías originales videos, etc
Publicidad	Material publicitario	Hacer folletos, catálogos o volantes y ser repartidos en hoteles de categoría 3 estrellas de la guajira con el fin de atraer nuevos clientes

