

**“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

(COMUNIDAD YUKPA)

2017

**Etnia – Comunidad:
(YUKPA)**



Técnica	Tejido en fique	Fecha de realización	4/10/2017
Oficio	Tejeduría en punto y cestería		
Líneas de producto	Mochilas – cestería		
Departamento	Cesar	Municipio	Becerril
Asesor(a)	Monica Barrios	Contacto	3006570187
Técnico de la comunidad	Edilberto Jiménez	Contacto	3202790626

DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad no se ha registrado en cámara de comercio, no tiene Rut, todo el aspecto jurídico y comercial lo tramitan atreves del resguardo que es la autoridad entre la comunidad, tienen la intención de organizarse jurídicamente y visionar una estrategia de negocios comerciales para la venta y distribución de las artesanías ya que las mochilas se tejen para uso de cada miembro de la comunidad y solo hasta el momento se empieza a visionar como un negocio y una fuente de ingreso y de ese modo mejorar el nivel de vida de los artesanos y su núcleo familiar.

No tienen asignada una marca y no hay registro, no hay sistema de costos e inventarios y no hay contabilidad.

Los Yukpa no tienen la venta de artesanías como fuente de ingreso para el sustento familiar, sino que lo estaban haciendo para el uso de la etnia y para la defensa personal el caso de las fechas.





ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

El pueblo indígena Yukpa está asentado en la región del Perijá. Pertenecen a la familia lingüística Caribe. yuko significa gente “salvaje” y Yukpa “indio manso”, que se les hayan dado estas denominaciones a este pueblo se debió a la resistencia que opusieron a la influencia blanca y por el carácter de guerreros con el que fueron identificados en las confrontaciones reales y potenciales existentes entre consanguíneos por la escasez de mujeres (Carriage: 1979 citado por Murgas, 2000). El pueblo indígena Yukpa se localiza principalmente en los resguardos de Sokorpa, territorio con una extensión de 25.000 hectáreas localizadas en el municipio de Agustín Codazzi, y en el resguardo Iroka, que tiene 8.678 hectáreas y está ubicado en el municipio de Becerril (INCORA). Estos dos resguardos limitan con Venezuela al oriente, con el municipio del Paso y la Paz (Cesar) al occidente, con el municipio de Manaure al norte; y con La jagua de ibérico epicentro de la explotación carbonífera más duradera del país- al sur (DANE, 2005) . Dentro de la visión que los Yukpa tienen del territorio, existe una tipología social o sagrada, que clasifican los lugares. Los Yukpa pertenecen al tronco lingüístico Caribe que es uno de las comunidades indígenas que más aportes ha otorgado a la conformación de Venezuela, representando un 75 % aproximadamente de lo que es la idiosincrasia del criollo. Desde su origen los Caribes ocuparon gran parte del territorio Venezolano pero en la actualidad la situación es diferente



debido a los múltiples enfrentamientos que tuvieron con los barí y los blancos por sus tierras. Por esta razón, se han ubicado en el occidente, específicamente en la Sierra de Perijá y gracias a su capacidad de adaptación a los diversos ecosistemas han sobrellevado esta situación que fue y es de suma importancia en la lucha por mantener su cultura y su hábitat. Constantes luchas por defender su territorio y su cultura es la historia de esta comunidad indígena que hoy busca su reconocimiento como un venezolano auténtico sin menosprecio o menoscabo de sus costumbres. Los Yukpa tienen una visión cosmogónica que los hace apreciar la naturaleza y la vida que de ella emana, sus mitos y creencias son prueba fehaciente de ello, un Yukpa concibe la existencia sólo en libertad siendo esta la razón por la cual no interfiere en los procesos de su hábitat, sino que los interpreta. Para ellos su dios es Kemoko quien creó el mundo, cuentan que mientras andaba caminado por el monte vio como un pájaro carpintero andaba picando los árboles y de uno salió sangre, por lo que Kemoko corto todos los árboles y de allí salieron un hombre y una mujer para dar origen a todos indios: Yukpa, guajiros y motilonés., Su forma de subsistencia principal es a través de la siembra, la caza, la pesca, la recolección y la naciente ganadería. Además de la producción de café que actualmente ellos mismos comercializan desde su cooperativa en Machiques. Por otra parte, los Yukpa contemporáneos son más conscientes de sus derechos y se mantienen unidos en la defensa de su unidad territorial frente a los proyectos de explotación de carbón en su tierra. El grupo doméstico constituye la unidad de producción local. Los hombres se encargan de la elaboración de vasijas, confección de pipas, armas de cacería, construcción de la vivienda y siembra de productos agrícolas. La mujer, por su parte, se dedica a la siembra de maíz, preparación de los alimentos, mantenimiento del jardín, aunque interviene también en ciertas actividades de cestería, alfarería y tejidos. Todos los hombres tienen igual capacidad y posibilidad de desarrollar las diversas tareas señaladas, siempre y cuando se respeten las prescripciones asociadas a




las mismas. Los chamanes (el Tuana y el Tomaira) así como los alfareros son los únicos que efectúan algunas labores sociales especializadas. Con sus artesanías los Yukpa consiguen un medio su sustento para muchas familias indígenas.



Perfil del cliente

El cliente de artesanías Yukpa un 80 % del sexo femenino. En la actualidad no tenemos clientes pero buscamos a comerciantes , turistas y comunidad que visiten el resguardo, visionamos tener un



	<p>local de exhibición en el municipio de Becerril Cesar, y potenciar nuevos clientes y hacer un seguimiento que se consiguen en la ferias donde se participa y que son personas amantes del buen gusto</p>
<p>Estrategias de fidelización</p> 	<p>clarificar, mediante un análisis de compra, cuál es el cliente ocasional y cuál el cliente habitual, para convertir al primero en el segundo y fortalecer a este último que es quien más ganancias nos proporciona.</p> <p>Ofertaremos una mochila con excelentes acabados, un precio asequible y una entrega a tiempo.</p> <p>Para lograr nuevos clientes nos serviremos de las redes sociales para generar contenido sobre la marca Además, las redes sociales se han convertido en una herramienta muy útil de atención al cliente.</p> <p>Brinde atención personalizada, Llamar a los clientes por su nombre, el que la comunicación fluya de una forma espontánea.</p>



¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?	
Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	Se construirá una base de datos de clientes potenciales a los cuales se la estar realizando el seguimiento pertinente
¿Qué eventos y/o ferias regionales existen para la promoción del sector?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Feria de economías propias en Cartagena. ➤ Expo artesanías ➤ Feria local en Valledupar ➤ Feria artesanal en la jagua de ibérico ➤ Feria artesanal y ganadera en Montería Corboba
¿Cuáles sinergias comerciales pueden construirse?	<p>Podremos hacer sinergia con tiendas de arte y accesorios,</p> <p>Tienda y/o almacenes de moda y artesanías, tiendas de hogar</p> <p>Realizar alianzas con tiendas artesanales en Valledupar</p>
Análisis de mercado externo	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	No hemos hecho contacto en el exterior, pero visionamos llevar nuestro mercado a otros países, como son la feria internacional como México, Japón Brasil, Italia entre otras



Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Iniciamos en el proceso de conseguir el registro de marca
Potencial de exportación: Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	Producción baja las participantes hacen promedio mensual de 2 mochilas al mes lo que resultaría que se cuenta con una producción que apenas comienza, y que el mercado inicial estará más en la línea local y nacional. Iniciamos el proceso de formación empresarial con la elaboración de estatutos

Resultados comerciales proyectados

Producto	Precio	Cantidad de unidades vendidas 2016	Ventas proyectadas 2017
Mochilas	0	0	15.000.000
VENTAS TOTALES			
Negocios proyectados	1	Tasa de efectividad	


Estrategia de diferenciación en producto

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Mostrar productos con calidad, y buscar técnicas	Desarrollar un programa de planeación y diseño técnico.	Realizar diseños con herramientas técnicas que



de suavizado y colorido del fique que sea atractivo en el mercado		permitan resaltar los atributos de la artesanía.
Mapa de empatía del cliente	Estrategia focalizada en eventos comerciales (ferias entre otros)	Aplicar la metodología mapa de empatía del cliente, en los diferentes encuentros regionales con el fin de identificar comportamientos y gustos de los compradores y las tendencias del mercado. Realización de talleres de comercialización y atención al cliente, clínica de vetas.
Estrategia de diferenciación en precio		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Unificar precios por todas las artesanías	Consolidación y fijación de listas de precios por categoría: Artesanías con calidad y Asequibles por precio..	Elaborar lista de precios por tamaños. Elaborar lista de precios con costos, precio de venta al detal y precio de venta al por mayor.



		Otorgar descuento en el precio a nuestros clientes habituales.
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		
Canales de comercialización	Estrategia	Actividad
<p>Redes sociales / pagina web</p> 	<p>Visibilización y dinamización de la cuenta en redes sociales de la mochila.</p> <p>El modelo de venta por catálogo e internet permite tener una flexibilidad de stock.</p>	<p>Seguimiento de clientes a través de mercado digital.</p> <p>Un alto porcentaje de la población objetivo está comprando a través del canal de catálogos e internet, lo que se convierte en una oportunidad de mercado para atender.</p>
<p>Venta directa</p>	<p>Exhibición de nuestros productos en lugares estratégicos.</p> <p>Agentes e intermediarios de compra.</p>	<p>Amabilidad, buen precio y calidad del producto.</p> <p>Trabajan directamente con los artesanos para asegurar una remuneración digna.</p>



		Realización de volantes , tarjetas y material promocional
Participación en ferias, eventos y encuentros	Preparar a los artesanos en la participación en ferias y eventos comerciales en atención al cliente y organización de eventos	Centrar los eventos regionales en temas bandera en relación a las tradiciones ancestrales de las comunidades, establecer base de datos de clientes potenciales. Realización de talleres de exhibición de mercancía y organización de eventos

Estrategia de diferenciación en promoción

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Entrar en el mercado digital como herramienta alternativa de ventas	Estrategia publicitaria a través de redes sociales	Implementar las redes sociales como estrategia de mercadeo que permita la construcción de redes de comunicación con todo tipo de clientes en los diferentes lugares del mundo.



<p>Empezar una campaña de Márketing y posicionamiento de las Artesanías Yukpa</p>	<p>Crear publicaciones dedicadas a los clientes fieles</p>	<p>Otorgar descuentos especiales</p> <p>Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.</p> <p>Visitar locales comerciales y casas artesanales en Valledupar para promocionar las artesanías</p>
---	--	--

