

**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**

**YUKPA**

**2018**

<b>YUKPA</b>			
<b>Técnica</b>	tejeduría	<b>Fecha de realización</b>	<b>29 DE SEPTIEMBRE DE 2018</b>
<b>Oficio</b>	tejeduría		
<b>Líneas de producto</b>	tejeduría de mochilas, pipas, Contenedores y paletillas		
<b>Departamento</b>	Cesar	<b>Municipio</b>	Becerril –Corregimiento De Santa Rita

<b>Asesor(a)</b>	Laura Marcela Acero Márquez	<b>Contacto</b>	3003801692
<b>Técnico de la comunidad</b>	Edilberto Jiménez	<b>Contacto</b>	3022645179

### DIAGNOSTICO COMERCIAL

La comunidad de Artesanos de yukpa son un grupo de seguimiento en el programa de fortalecimiento productivo y empresarial de Artesanías de Colombia.

Hoy en día no se encuentra registrada ante cámara de comercio como una figura Jurídica, debido a que no cuentan con los recursos propios para la apertura de la misma, adicional manifiestan que para poder legalizarse o formalizarse deben estar muy consolidados como equipo debido a que han tenido muchos artesanos que no son constantes en las actividades.

Esta comunidad no cuenta con registros contables que muestren que se lleva un control de lo que entra y sale de la comunidad, así como tampoco llevan un registro de inventario de lo que se tiene como stock de productos

Es muy importante conocer a que nicho de mercado están dirigidas este tipo de artesanías para de esta manera poder crear estrategias que le permitan vender.

### ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL

Perfil del cliente	Habitantes de la zona que no tienen como trasladarse hasta el municipio del becerril para comprar estos artículos.
--------------------	--

#### ¿Quiénes son sus clientes potenciales en la región?

Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	<p>No tiene clientes potenciales en la región.</p> <p>Están pensando la posibilidad de ofrecer los productos para que sean exhibidos en la casa indígena de Valledupar donde hay una tienda propia de los indígenas para que las personas que allí llegan a comprar artesanías tengan la oportunidad de conocer las artesanías realizadas por ellos</p>
---	---



**Análisis de mercado externo**

¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	No han mostrado acercamientos con clientes internacionales
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	Aun no tienen certificado de calidad
<p>Potencial de exportación:</p> <p>Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial.</p>	<p>No tienen proyecto de exportar no tienen conocimiento sobre el tema.</p> <p>El nivel de producción de la comunidad es bajo puesto que por su ubicación geográfica se les hace muy difícil salir al pueblo a ofrecer sus productos, es por esto que cuando hay ferias o eventos comerciales donde son invitados es que la producción es mayor al resto del año.</p> <p>No cuentan con una estructura organizacional ni están en proceso de formalización empresarial, manifiestan que no están en condiciones económicas para dar inicio al proceso de formalización.</p>

**Estrategia de diferenciación en producto**

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Mostrar el producto	Generar espacios donde vender	Participar en eventos regionales, nacionales, buscar participación en ferias o eventos comerciales, tener conocimiento de festivales de la región que le permitan tener un stand y mostrar cada producto.

**Estrategia de diferenciación en precio**





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
	Optimizar los costos y los procesos	Incrementar la producción para así tener mayor número de productos y poder manejar diferentes costo.
Crear kits de artículos que hagan llamativ el producto	precios para paquetes de productos	Organizar por paquetes de productos ejemplo un paquete de mochilas donde vaya una grande, una mediana y una pequeña, o mochila pequeña y un juego de pipas
Manejar precios por la ubicación geográfica	precios de entrega por zonas	En este caso, el mercado se divide en zonas geográficas y dentro de cada una de ellas se establece un precio de entrega uniforme, es decir como la comunidad de sokorpa esta bastante distanciada del casco urbano pueden manejar precios de acuerdo a la ubicación del cliente, ejemplo si tiene un cliente en becerril el producto puede manejar un valor parecido a como si lo estuvieran vendiendo en la misma comunidad, pero si un cliente que se encuentra en Bucaramanga tendría un incremento en el precio por los costos de traslado desde la comunidad hasta el destino.
<b>Estrategia de Fidelización de Clientes</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
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
<b>Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución</b>		





<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Mayorista	Crear mayores alianzas	Tener participación en feria o eventos donde se pueda captar compradores mayoristas para ofrecer sus productos por ejemplo hoteles, restaurantes, almacenes especializados en venta de artículos artesanales
minorista	Manejar ofertas	Buscar precios manejables para llegar a otro tipos de segmento de clientes que no sean de la misma comunidad que permitan generar compras en todo tiempo, por ejemplo festivales
Abrir una tienda cultural	Tener un local pequeño o un stand con una buena ubicación dentro del mercado local	La comunidad puede conseguir un aval con la oficina de asuntos indígenas para que les dé un espacio en las instalaciones de la alcaldía o en la plaza principal del pueblo donde ellos puedan exponer sus productos y así empezar el proceso de comercialización formal de sus productos, con esta idea lo que se busca es que la comunidad vea la necesidad de trabajar durante todo el año para el bien de los artesanos y de su cultura.
<i>Nota</i>	El asesor comercial debe registrar mínimo 3 canales de comercialización según el contexto comercial de la comunidad.	
<b>Estrategia de diferenciación en promoción</b>		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Uso de internet	Uso de redes sociales	Crear un perfil en una red social Facebook o Instagram, publicando la foto original de los productos acompañado de un texto tractivo que haga que los seguidores deseen conocer más.





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



artesanías de colombia

Tener mayor participación comercial	Participar en ferias o eventos comerciales	Buscar eventos comerciales o ferias a nivel local, regional, nacional e internacional buscando apoyo de entidades gubernamentales
-------------------------------------	--	---



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29  
[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)  
 Bogotá, D.C. - Colombia

