



GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT




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

Asociación de cabildos indígenas Awá del Putumayo - ACIPAP

2018

<p><b>Etnia – Comunidad:</b> AWA</p> <p><b>Asociación de cabildos indígenas Awá del Putumayo, ACIPAP</b></p> <p><b>“Katzasa Inkal AWA”</b></p>			
<p><b>Técnica</b></p>	<p>Tejeduría en chaquiras, trabajo en semilla, talla en madera y cestería.</p>	<p><b>Fecha de realización</b></p>	<p>27 de septiembre de 2018</p>
<p><b>Oficio</b></p>	<p>Trabajo en madera, tejeduría, cestería.</p>		
<p><b>Líneas de producto</b></p>	<p>Línea en semilla. Línea en talla de madera. Línea en cestería</p>		
<p><b>Departamento</b></p>	<p>Putumayo</p>	<p><b>Municipio</b></p>	<p>Orito</p>
<p><b>Asesor(a)</b></p>	<p>Angela Viviana González Rodríguez</p>	<p><b>Contacto</b></p>	<p>3205716482</p>
<p><b>Técnico de la comunidad</b></p>	<p>María Edilma Guanga</p>	<p><b>Contacto</b></p>	<p>3105449919</p>



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas 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





GOBIERNO  
DE COLOMBIA



MINCIT



### DIAGNOSTICO COMERCIAL

Dentro de la Asociación de cabildos indígenas Awá del Putumayo - ACIPAP, la cual opera como organización departamental, ha desarrollado programas agropecuarios y de fortalecimiento institucional, en el contexto del “Acuerdo Mutuo” firmado entre el gobierno y los indígenas para la sustitución voluntaria de los cultivos de coca, y han adelantado procesos para el reconocimiento étnico de las comunidades y la titulación de resguardos, ACIPAP se encuentra ubicada en la carrera 8 # 10-60 barrio la Floresta. En el municipio de Orito existen 20 comunidades Awá reconocidas, de las cuales 12 están conformadas como cabildos y 8 como resguardos; de las 20 comunidades en Orito reconocidas solamente 19 desarrollan actividades artesanales. La mayoría de las comunidades se encuentran asentadas en el casco rural del municipio de Orito. En general, las familias indígenas viven dispersas por los campos y las selvas, es un grupo que para la vigencia 2018 dentro del programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Pueblos Indígenas y Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y palenqueras- NARP en Colombia, forma parte de las comunidades nuevas, es decir el grupo para la vigencia inicia con el proceso de fortalecimiento para el desarrollo de su actividad artesanal.

Es importante resaltar que mediante la vinculación del grupo al programa ha logrado unificar la actividad artesanal que se encontraba en su momento dispersa, es decir cada artesano realizaba su producto u artículo de forma independiente mas no como grupo, como actualmente se encuentran, sin embargo es importante que el grupo se fortalezca en temas como: calidad de producción, desarrollo organizacional, donde le permitan contar con herramientas adecuadas y procesos fortalecidos, los cuales le permitan responder a las necesidades y expectativas del mercado, temas como: creación de fondo comunitario, el cual permita contar con recurso en común de los aportes que realiza cada uno de los miembros del grupo de artesanos del grupo AWA, para sufragar gastos como: compra de materia prima, gastos logísticos para el tema de eventos feriales, despacho de mercancías, entre otros.

En el proceso la comunidad ha tenido acompañamiento en los temas de: costos de producción, el cual les permite fijar precios de venta para los productos y estos sean acordes al porcentaje de utilidad que se espera ganar y a su vez que sean competitivos en el mercado, control y gestión de materias primas, inicios de contabilidad básica, como se registran los ingresos y los egresos, conocen sobre cómo llevar el proceso de formalización empresarial, la importancia de contar con el registro mercantil, dentro de este proceso la comunidad cuenta los borradores del acta de constitución como de los estatutos de lo que en un futuro será la asociación “*TEJIENDO EL CANASTO INKAL AWA*”, documento en construcción con el ánimo de realizar el proceso de registro mercantil en la próxima vigencia como lo ha decidido la comunidad, aunque la comunidad no posee una plataforma estratégica donde se plante la misión, visión, objetivos, organigrama, se estima que una vez que se posea la personería jurídica se establezca los principios y valores que regirá a la misma con el ánimo de construir un portafolio de servicios que dé a conocer las actividades principales que plantean a futuro desarrollar conocen del manejo del libro diario, se



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas 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





debe efectuarlos ingresos y los egresos, el grupo a la fecha ha participado de un evento ferial, la venta de los productos se realiza directamente con los artesanos de la comunidad y en caso de contar con un pedido significativo se distribuyen las labores de la actividad artesanal, el cual permita cumplir con el pedido en el tiempo y con la calidad que el cliente lo requiera.

**ANÁLISIS DE MERCADO LOCAL**

Perfil del cliente	<p>El perfil del cliente o segmento de mercado que posee el grupo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Turistas o extranjeros.</li> <li>✓ Compradores locales, almacenes de bisutería y accesorios.</li> <li>✓ Amas de casa y personas que deseen realizar su compra de super mercado y no deseen utilizar bolsas plásticas si no canastos o jigras.</li> <li>✓ Tiendas y panaderías donde se utiliza cestería para exhibir sus productos.</li> <li>✓ personas interesadas en decorar sus espacios con cestería como lámparas, entre otros.</li> <li>✓ Mujeres en la edad de 20 a 45 años.</li> </ul>
--------------------	--

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

Prospección de negocios potenciales y oportunidades comerciales	<p>La comunidad puede participar a los siguientes eventos comerciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Eventos municipales:</b> cumpleaños del municipio de orito en las fechas de junio, mercado campesino evento que se realiza aproximadamente en el mes de junio, fiestas del pendón del pueblo AWA, santo del pueblo AWA.</li> <li>✓ <b>Eventos regionales:</b> para la vigencia 2019 se realizarán los siguientes eventos que promueven la actividad microempresarial de la región: Expoasis 2019, la cual se lleva a cabo en la ciudad de Puerto Asís, como también en la celebración de los 107 años de la ciudad de Puerto Asís.</li> <li>✓ <b>Eventos Nacionales:</b> participación en los encuentros de economías propias, expo artesano y expo artesanías, Ferias lideradas por Artesanías de Colombia, exporartesanal que se llevara a cabo en la ciudad de Armenia “<i>el Origen del Arte Hecho a Mano</i>”, el cual se lleva a cabo a aproximadamente en los meses de mayo.</li> <li>✓ Se relaciona una base de datos de potenciales clientes, como son hoteles y bisuterías, el primero ya que son turistas los que compran este tipo de accesorios y dentro de la cadena de</li> </ul>
---	---





	turismo después del transporte están los lugares de alojamiento donde el segmento llegara, y las tiendas de bisutería ya que son el lugar donde se pueden exhibir los productos artesanales.
<b>Análisis de mercado externo</b>	
¿Han desarrollado acercamientos / muestras / ventas y/o participación en eventos y ferias en mercados internacionales?	<b>Eventos internacionales:</b> la ventaja es que el pueblo AWA es binacional y cuneta con otros pueblos en el país vecino, en Ecuador de denomina FECAE (el vecino País Ecuador exactamente la ciudad del Lago Agrio cerca de la frontera a través del Puente Internacional de San Miguel, se realizan constantes ferias en lo recorrido del año, las más representativas y que apoyan iniciativas de emprendimiento artesanal son: “ <i>Expo Feria de Lago Agrio Emprendedor 2019</i> ”, en marco de la celebración de los 40 años de fundación del Cantón de Lago Agrio, la cual se llevara a cabo los días sábado 17 y domingo 18 de junio, en el parque Recreativo Nueva Loja, “ <i>Sucumbíos Produce e Industrializa 2018</i> ”, la cual se llevara a cabo en los días 10, 11 y 12 de febrero, en marco de la celebración de su XXIX aniversario de Provincialización, “ <i>Feria de Turismo, gastronomía y de Emprendimiento</i> ” los días 21 y 22 de septiembre, en marco del día internacional del turismo.
Cuentan con trámite para certificación de calidad en etapas de inicio, proceso, avanzados y/o desarrollados.	La comunidad no cuenta con ningún proceso de certificación en calidad
Potencial de exportación:  Evaluación de capacidad instalada – nivel de producción – certificaciones necesarias – estructura organizacional – formalización empresarial	La Comunidad por el momento no cuenta con el perfil de exportador, aunque posee personería jurídica, debe cumplir como mínimo con los requisitos de calidad que debe poseer el producto para este fin, el nivel de producción se basa sobre pedido, es decir a solicitud, lo cual no se ha efectuado el porcentaje de producción mensual de un determinado producto, la comunidad no cuenta con una plataforma estratégica que defina su misión, visión, objetivos estratégico, organigrama, ni certificaciones de calidad que le permitan tener un perfil exportador.
<b>Estrategia de diferenciación en producto</b>	





Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Mejorar la técnica de terminados y remates en los productos.	Generar técnicas de producción que permitan dar al producto un terminado de calidad en Diseño e innovación acordes a las necesidades del mercado.	-establecer líneas de producción que permitan obtener un mejor acabado.
Impregnar carga de identidad y cultura de la comunidad en algunos productos.	Entregar al cliente un producto que cuente historia, que posean carga cultura e identidad de la comunidad AWA.	Realizar talleres de trasmisión de saberes donde se de a conocer el significado de la simbología para la comunidad, como también de los oficios que ella maneja.
Fortalecer la línea de producción en semillas con el valor agregado de otorgar al cliente un producto de sanación y protección que brinda la naturaleza a través de su ancestralidad.	La línea de productos en semilla los cuales buscan otorgar al cliente productos con buena energía y protección que brinda la naturaleza a través de las semillas.	Seleccionar las semillas de mejor calidad y que se ajusten a los lineamientos de protección y buena energía que la comunidad dentro se sus conocimientos y saberes maneja y de esta forma cada producto pueda contener carga cultural y protección.

**Estrategia de diferenciación en precio**

Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Disminución de tiempos de producción, con el ánimo de bajar los precios de venta.	Perfeccionar la técnica de elaboración de productos en semillas, con el ánimo de disminuir los costos de producción y afecte el precio final de venta.	-perfeccionar la técnica de tejido en chaquira para disminuir los tiempos de producción. -contar con la maquinaria adecuada que se requiere para el tratamiento y preparación de las semillas, como son máquinas para agujerar, con el animo que disminuyan los tiempos de producción y a su vez precios de venta de los productos.
Capacidad de Negociación con Proveedores	Concertar con proveedores de materia prima natural precios que no afecten los costos de producción	Establecer tarifas de forma concertada con proveedores que beneficie a ambas partes.







Estrategia de Fidelización de Clientes		
Oportunidad de mejora identificada	Estrategia	Actividad
Reforzar la calidad en los productos.	Generar productos con carga cultural e identidad y que cumplan con los estándares de calidad requerido productos caracterizados de poseer una alta calidad, durables y que construyen historia.	Capacitación constante en temas de calidad para producir elementos que seas sostenibles en el tiempo y no afecten el medio ambiente, para el caso de la extracción de la materia prima natural.
Trato de clientes como estrategia de fidelización.	Atención personalizada con el cliente, donde se atiende cada una de las especificaciones que él requiere y ajustando el diseño de los productos en lo que el desea.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender las solicitudes de los clientes de forma personalizada</li> <li>• Mostrar empatía con las necesidades y motivaciones de nuestros clientes.</li> <li>• Responder las dudas, consultas, problemas o comentarios en la menor brevedad posible.</li> <li>• Generar conexión: hacerles partícipes de los procesos de producción, pedir su opinión, interactuar con ellos, motivarles con recompensas que generen valor.</li> <li>• Tener en cuenta siempre los pequeños detalles como ser gentiles con el saludo, despedirse educadamente y conocer detalladamente a nuestro cliente, son aspectos que nos diferencian.</li> </ul>
Marketing social a través del Voz a Voz.	Una vez otorgando calidad e identidad en los productos es fácil que nuestros clientes se conviertan en nuestro principal canal de comunicación entre más clientes potenciales.	Construir una marca que relacione al grupo AWA con calidad, diseño e identidad.
Estrategia de diferenciación en plaza, acceso y distribución		





<u>Canales de comercialización</u>	<u>Estrategia</u>	<u>Actividad</u>
Canal de comercialización tradicional o convencional – Canal Directo.	Entregar el producto al cliente a través de la venta directa, donde exista dos niveles de intermediarios la comunidad quien es la que directamente produce y este sea vendido al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar ventas a domicilio</li> <li>Venta directa en eventos feriales o ruedas de negocio.</li> <li>Utilizar empresas que ofrecen el servicio logístico o de transporte con el fin de hacer llegar los respectivos pedidos como son: Servientrega, envía, entre otros.</li> </ul>
Canal audiovisual y electrónico- Canal Directo	Aprovechar el uso de medios tecnológicos el cual permitan dar a conocer los productos y eventos que realiza la comunidad y de esta forma llegar a clientes potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crear cuenta en la red social Instagram y dar a conocer los productos que la comunidad elabora, como también la participación en espacios y eventos feriales y diferentes actividades.</li> </ul>
Canal corto de comercialización	Utilizar el canal corto de comercialización el cual posee 3 niveles: el productor, el detallista o intermediario y el usuario final	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con contactos comerciales de distribuidores, mayoristas y minoristas de elementos de bisutería y accesorios.</li> </ul>
<b>Nota</b>	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
Aprovechamiento de las nuevas tecnologías	Contactar a través de las redes sociales potenciales clientes o socios claves que permitan tener a futuro una relación comercial.	Divulgar y dar a conocer los productos que la comunidad realiza, como también de los eventos que participa y sus actividades sociales.
Voz a Voz o Marketing viral	Según estudios, un gran porcentaje de las ventas son realizadas gracias a recomendaciones hechas por amistades, es así como el marketing	Generar experiencias altamente positivas desde el primer contacto con nuestro cliente, que el sienta que posee un producto con alta carga de





GOBIERNO DE COLOMBIA



MINCIT



	"boca-oreja", provoca una gran acogida, ya que es una recomendación de una persona que conoce le producto y ha tenido una experiencia positiva, anima a pasar el mensaje a otras personas volviéndolo así viral, generando el marco ideal para un crecimiento exponencial de dicho mensaje.	cultura e identidad de la comunidad AWA.
Promociones fechas especiales	para ellos realizaremos los siguientes tipos de descuentos: por fechas especiales (como el día de la raza, día de la madre, amor y amistad, cumpleaños, entre otros), compras al por mayor.	-realizar líneas de producción para fechas especiales



Carrera 2 No. 18A-58 Barrio Las Aguas 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

