

**PLAN DE NEGOCIO “PROYECTO DE RECONOCIMIENTO Y
VISIBILIZACIÓN DE ARTESANÍAS INDÍGENAS MISAK CON IDENTIDAD
CULTURAL PARA EL MERCADO COLOMBIANO”**

ALBA NELLY TROCHEZ HURTADO

KATHERIN VANESSA VELASCO NARVAEZ

UNIVERSIDAD DEL CAUCA.

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y

ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

POPAYÁN - CAUCA

2021

**PLAN DE NEGOCIO “PROYECTO DE RECONOCIMIENTO Y
VISIBILIZACIÓN DE ARTESANÍAS INDÍGENAS MISAK CON IDENTIDAD
CULTURAL PARA EL MERCADO COLOMBIANO”**

ALBA NELLY TROCHEZ HURTADO

KATHERIN VANESSA VELASCO NARVAEZ

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de Contadora
Pública**

Directora: Eliana Fernández

UNIVERSIDAD DEL CAUCA.

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

POPAYÁN – CAUCA

2021

TABLA DE CONTENIDO

DESCRIPCIÓN	8
FORMULACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
ANÁLISIS DEL SECTOR	10
En Latinoamérica	12
En Colombia	13
En el Cauca	21
Silvia	24
Guambía.....	26
Estado del sector	28
Tendencias económicas	28
Factores que mueven el mercado	29
Barreras especiales de ingreso o salida de empresas en el sector	29
Rivalidades entre competidores	30
Políticas gubernamentales y marcos regulatorios	31
Poder negociación de clientes y proveedores.	32
Amenazas de ingreso de nuevas empresas.....	33
Modelo de negocio.....	34
ANÁLISIS DEL MERCADO	34
Clientes	35
Producto	45
Línea Tejeduría:	46
Línea accesorios.....	48
Línea hogar:	50
Competidores	54
Tamaño del mercado.....	55
Estrategias de mercado	56
Estrategia de venta.....	56

Estrategia de precio.....	57
Proyección de la demanda	61
Lugar.....	62
Promoción.....	63
Logo	63
Slogan	64
Política de servicio.....	64
Protección de datos	65
ANÁLISIS TÉCNICO	66
Proceso de prestación del servicio	66
Proveedores.....	67
Distribución local.....	68
Plan de implementación.....	70
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	71
Socios.....	71
ORGANIZACIÓN.....	72
Organigrama.	72
Perfil del cargo.....	72
ANÁLISIS LEGAL.....	74
Tipo de sociedad.	74
Procedimiento para la conformación de la sociedad.....	74
Implicaciones tributarias.....	75
Implicaciones laborales.....	76
Trámites y permisos.....	76
Costos asociados a los permisos a solicitar.....	77
Estímulos existentes.....	77
Impuestos municipales.....	77
ANÁLISIS SOCIAL Y AMBIENTAL.....	77
Análisis social	77
Efectos positivos para la comunidad.....	77
Efectos negativos para la comunidad.....	79

Análisis ambiental.....	79
ANÁLISIS ECONÓMICO.....	80
Capital de trabajo	80
Presupuesto de gastos preoperativos.....	81
Presupuesto de gastos operativos.....	81
Presupuesto de gastos de administración y ventas.....	83
Gastos de nómina.....	85
PRESUPUESTO DE NÓMINA.....	86
Proyección de ventas.....	86
Punto de equilibrio.....	89
ANÁLISIS FINANCIERO.....	91
Estado de resultado y flujo de caja	91
Estado de situación financiera	93
Flujo de caja mensual año 1 – 2023:.....	95
FLUJO DE CAJA NETO.....	96
CONCLUSIONES.....	98
REFERENCIAS.....	100
ANEXOS.....	105
Anexo 1.....	105
Anexo 2.....	108
Anexo 3.....	114

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Valor agregado de Artes y Patrimonio: Economía Naranja 2021	14
Figura 2. Ventas reales del sector manufacturero 2020	15
Figura 3. Exportaciones manufactureras 2020.....	17
Figura 4. Paneras tejidas en fibra de chambira Amazonas	19
Figura 5. Tejeduría de prendas en lana de ovejo en Boyacá.....	19
Figura 6. Ruana tejida por artesanos en Boyacá para Jason Momoa.....	20
Figura 7. Ventas de Expoartesanías 2016-2019.....	21

Figura 8. Ubicación geográfica del Cauca,.....	22
Figura 9. Ubicación geográfica de Silvia.....	24
Figura 10. Artesanos del municipio de Silvia.....	25
Figura 11. Ubicación geográfica Resguardo de Guambía	26
Figura 12. Mochilas Misak en lana de ovejo	27
Figura 13. Informe de empalme turismo en número de visitantes 2019-2018	36
Figura 14. Rango de ingresos mensuales de los encuestados	37
Figura 15. Pregunta: ¿cuál es su ocupación?	38
Figura 16. Pregunta: ¿Conoce o ha oído sobre la artesanía Misak?	39
Figura 17. Pregunta: ¿estaría interesado en adquirir una artesanía?.....	40
Figura 18. Pregunta: ¿qué características busca en una artesanía?.....	40
Figura 19. Pregunta: ¿qué pieza artesanal estaría dispuesto a comprar?	41
Figura 20. Pregunta: ¿qué medio prefiere para adquirir una artesanía?	42
Figura 21. Valor que estarían dispuesto a pagar por una mochila Misak.....	43
Figura 22. Mochila Misak tejida en lana de ovejo.....	43
Figura 23. Mochilas Misak con simbología de espiral	47
Figura 24. Mochilas Vivencias Misak	47
Figura 25. Collares en mostacilla – Colibrí	49
Figura 26. Servilleteros en: talla de madera, pirograbado y tejido	52
Figura 27. Tejeduría propia Misak de chumbes.....	53
Figura 28. Decoración piezas de madera	53
Figura 29. Estructura poblacional del Cauca en género	56
Figura 30. Logo de la empresa	63
Figura 31. Proceso de prestación del servicio de venta	66
Figura 32. Planos del local de venta y la oficina	69
Figura 33. Organigrama ARTEJERTE.....	72
Figura 34. Pregunta: ¿con qué frecuencia comprarías una artesanía?	86

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Modelo de negocio Canva artesanías Misak.....	34
Tabla 2. Línea tejeduría Mochila Misak.....	47
Tabla 3. Línea Accesorios Colibrí.....	49
Tabla 4. Línea Hogar Madera artesanal para decoración.....	51
Tabla 5. Competidores potenciales mercado artesanal Misak.....	54
Tabla 6. Costo Pieza artesanal tejeduría.....	59
Tabla 7. Costo pieza artesanal Accesorios.....	60
Tabla 8. Costos pieza artesanal Hogar.....	60
Tabla 9. Elementos para adecuación de la oficina.....	61
Tabla 10. Volumen estimado de ventas mensuales año 2023.....	62
Tabla 11. Volumen estimado de ventas anuales.....	62
Tabla 12. Proveedores de ARTEJERTE.....	68
Tabla 13. Cronograma de implementación.....	70
Tabla 14. Socios de Artejerte.....	71
Tabla 15. Perfil del Gerente general.....	72
Tabla 16. Perfil del auxiliar contable.....	73
Tabla 17. Perfil de vendedor.....	73
Tabla 18. Tabla porcentual de aportes.....	73
Tabla 19. Capital de trabajo a seis meses.....	80
Tabla 20. Presupuesto inicial ARTEJERTE.....	81
Tabla 21. Porcentaje de participación por tipo gastos operativos.....	82
Tabla 22. Presupuesto de gastos operativos fijos y variables.....	82
Tabla 23. Porcentaje de gastos de operación.....	83
Tabla 24. Porcentaje gastos administrativos y ventas en fijos y variables.....	83
Tabla 25. Presupuesto de gastos administración y ventas.....	84
Tabla 26. Porcentaje de participación de los gastos administrativos.....	84
Tabla 27. Gastos de nómina.....	85
Tabla 28. Presupuesto de nómina.....	86
Tabla 30. Proyección de ventas en pesos colombianos y cantidad de piezas vendidas.....	88

Tabla 31. Proyección de ventas en pesos colombianos	88
Tabla 32. Porcentaje de participación de las ventas	89
Tabla 33. Punto de equilibrio.....	89
Tabla 34. Variación del costo y punto de equilibrio entre 2023 y 2027	90
Tabla 35. Flujo de caja año cero y operación 2023-2027	91
Tabla 36. Estado de resultados proyectado a 5 años.....	92
Tabla 37. Análisis vertical Estado de Resultados	92
Tabla 38. Estado de situación financiera proyectado a 5 años	93
Tabla 39. Porcentaje de activos fijos y corrientes.....	93
Tabla 40. Porcentaje de pasivos y patrimonio	94
Tabla 41. Flujo de caja mensual año 1	95
Tabla 42. Flujo de caja mensual año 2.....	95
Tabla 43. Flujo de caja neto a 5 años.....	96
Tabla 44. Cálculo de la TIR	97

DESCRIPCIÓN

El plan de negocio denominado Proyecto de reconocimiento y visibilización de artesanías indígenas Misak con identidad cultural para el mercado colombiano estudiará la viabilidad de crear una empresa enfocada en la comercialización de artesanías Misak, hechas por las manos de los artesanos del municipio de Silvia-Cauca.

Se ofrecerán artesanías de excelente Calidad, con diseños creados por indígenas Misak, inspirados en su cosmovisión, su cultura, tradición y entorno, a través de los cuales se quiere generar un impacto social y cultural a nivel local y nacional, al compartir su identidad cultural

con las personas que no pertenecen a su comunidad y rescatar las tradiciones que con el transcurrir de los años se han ido perdiendo al interior de sus pueblos.

El proyecto busca incentivar y promover la cultura Misak con las artesanías representativas de su pensamiento y sentir, que son una fuente de ingresos para las familias de los artesanos, con lo que se estaría impulsando la economía local del municipio, generando así más oportunidades para los artesanos y demás habitantes de Silvia.

FORMULACIÓN

¿Es viable la elaboración de estrategias comerciales de visibilización de productos artesanales elaboradas por la comunidad Misak, a través de mecanismos propios y modernos de diseño innovador que fortalezcan la economía, cultura y calidad de vida sostenible de los artesanos?

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad en la formulación del proyecto de reconocimiento y visibilización comercial de artesanías Misak que promueva el patrimonio cultural y ambiental de la región y generar un impacto socio-económico sostenible en la comunidad Misak del municipio de Silvia-Cauca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un diagnóstico para determinar el contexto de las condiciones esenciales que aporta el sector artesanal en los municipios donde se encuentra asentado el pueblo Misak.

2. Analizar la incidencia y aportes del trabajo artesanal desde un contexto moderno en el desarrollo económico de la comunidad Misak del municipio de Silvia Cauca.
3. Realizar un análisis del mercado de artesanías en Colombia que permita hacer reconocimiento de tendencias y preferencias de productos artesanales con identidad cultural.
4. Diseñar herramientas de reconocimiento de marca artesanal de la identidad Misak apoyados en las teorías de mercadeo, estrategias de comercialización y mejoras del ciclo productivo.
5. Diseñar un esquema de organización administrativa adecuado que permita la constitución formal y legal.
6. Determinar la viabilidad del proyecto evaluando el plan desde un escenario social, cultural y ambiental que permita identificar fortalezas y debilidades existentes para la puesta en marcha del negocio.
7. Realizar la evaluación financiera del plan de negocios, estableciendo si la inversión brinda los resultados esperados en cuanto a rentabilidad.

ANÁLISIS DEL SECTOR

La artesanía es una actividad tradicional de las comunidades indígenas, campesinas, afros y actualmente aquellos que viven en el casco urbano; forma parte de la identidad cultural de los pueblos indígenas debido a que se transmiten a través de generaciones por medio de la tradición oral. Las artesanías son obras y creaciones manuales que son representación o expresión simbólica del artesano que de forma creativa elabora productos con variados fines utilitarios, son

únicos debido a su origen y proceso naturales, pues, aunque se produzca un producto determinado en cantidades ninguna saldrá exactamente igual (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI, 2016 citado en Manquillo, 2019). Por esto la labor artesanal se ha venido transformando en parte del desarrollo comunitario de cada pueblo, pues la artesanía puede diferenciarse entre cada uno de los pueblos, debido a que existen materias primas propias de su naturaleza y técnicas que se basan de sus tradiciones propias de transformación (Rivas, 2018).

Para el proyecto se trabajará la artesanía indígena, en ese sentido se han identificado dos tipos de artesanía que se puede encontrar en un pueblo, según la investigación realizada por Ramón D. Rivas en su artículo “La Artesanía: patrimonio e identidad cultural” que menciona que son:

- a) **La artesanía tradicional**, la cual se produce desde tiempos ancestrales y en las cuales se conservan, sin mucha variación, las técnicas, los diseños y hasta los colores originales; e identifican el lugar de origen del producto.
- b) **La artesanía contemporánea**, consistente en productos que conservan gran parte del proceso de elaboración que las tradicionales, pero que sufren modificaciones para satisfacer nuevas necesidades materiales y espirituales (2018, p. 82).

Teniendo en cuenta lo anterior, se buscará trabajar en simultáneo con las dos formas identificadas de creación artesanal, dada la importancia como patrimonio cultural de las tradiciones y conocimientos indígenas de la artesanía, además se busca vincular procedimientos contemporáneos de diseño ya que el mercado actual requiere entender también las necesidades y requerimientos de las personas a quienes queremos llegar. De esta forma se crean fuentes para el

desarrollo artesanal sustentable vinculado al desarrollo del sector turístico, mediante la creación de experiencias culturales artesanales.

En Latinoamérica

Latinoamérica se destaca por la diversidad cultural de países como Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, México, Guatemala, entre otros; debemos tener en cuenta que el potencial artesanal va de la mano con el turismo cultural que se genera en estos países donde nuestro enfoque es el reconocimiento y visibilización del patrimonio cultural. El turismo cultural permite que la creatividad de este sector genere nuevas oportunidades que incluyen la producción artesanal tradicional y diversas unidades productivas de industrias culturales, donde se busca acoger la innovación que genera impactos positivos a la economía local, social y ambiental (UNESCO, 2021). De igual forma dentro del plan de trabajo en cultura para América Latina y el Caribe elaborado por la UNESCO, se proponen acciones en materia cultural que sería implementado en el objetivo del 2016-2021 encaminados a cumplir también los objetivos planteados en la agenda de desarrollo sostenible de 2015, dentro de ese plan de trabajo que los estados miembros de la CELAC implementen los planes de acción en materia de políticas culturales y metodologías de participación dentro de la economía, así mismo, apoyar y fortalecer proyectos en emprendimientos culturales y Pymes que involucran asociaciones de artesanos (UNESCO, 2016).

Por lo tanto, el impulso del sector artesanal conlleva la visibilización del patrimonio cultural e inmaterial que tienen los países, pero también la capacidad de innovar ante las nuevas realidades sociales que presenta el mercado global; por ejemplo, en México, los artesanos

aprovechan las ventajas del comercio electrónico para fortalecer sus procesos artesanales, pues aquello representa el 3,2% del PIB nacional (Agencia EFE, 2020).

Por otro lado, en Ecuador cuya diversidad cultural es amplia, por ejemplo, está el pueblo indígena Kichwa de Otavalo en la Provincia de Imbabura, quienes a través de sus tradiciones culturales dedican labores de artesanía, pero donde se busca generar espacios de turismo cultural por medio de vivencias.

En Colombia

Colombia es uno de los países con mayor diversidad cultural en el mundo, cuenta con hermosos paisajes turísticos, belleza natural en flora y fauna, mucho arte, música y sobre todo tradiciones culturales expresados en artesanía; la artesanía indígena de Colombia es de gran relevancia ya que representa la identidad, tradiciones y pensamiento de sus pueblos.

La ley de economía Naranja ha incluido sectores de las industrias creativas y culturales de la economía para llevar a cabo estudios estadísticos, por tanto, se compone de tres áreas así:

el área de Creaciones Funcionales, el área de Industrias Culturales y finalmente, el área de Artes y Patrimonio donde está inmersa la actividad artesanal: incluye actividades asociativas y de regulación, actividades manufactureras, artes escénicas y espectáculos, educación cultural y creativa, patrimonio cultural y turismo (transporte cultural, servicios de alojamiento y hoteles, venta de comidas y agencias de viaje) (DANE, 2021).

Cabe mencionar, las actividades de Economía Naranja son “aquellas que hacen partes de las artes y el patrimonio cultural e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones

funcionales que a su vez incluye actividades como los museos, cocinas tradicionales, **artesanías**, parques naturales, bibliotecas, archivos, festivales y carnavales” (Mincultura, 2019).

El último reporte de economía naranja presenta información estadística sobre las actividades que hacen parte del área de Artes y Patrimonio, un reporte consolidado de la información del Mincultura y DANE del promedio entre 2014 a 2020; la composición del valor agregado por segmentos del área es:

Composición del valor agregado según segmentos del área de Artes y Patrimonio

Total nacional
Promedio 2014 – 2020^a

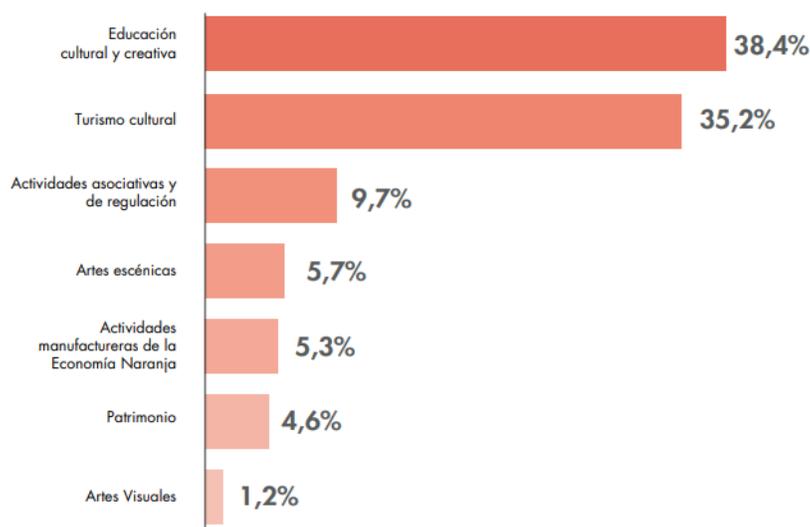


Figura 1. Valor agregado de Artes y Patrimonio: Economía Naranja 2021 Fuente: DANE

Podemos resaltar el valor agregado del área de economía naranja en donde el sector artesanal se identifica, turismo cultural con un 35,2%; actividades manufactureras de la Economía Naranja con el 5,3%; patrimonio con el 4,6% (DANE, 2021). Las anteriores actividades son afines a que la artesanía pueda lograr también un crecimiento o valor agregado paralelo pues en el caso del turismo cultural, es gran promotor de la artesanía sobre todo en pueblos indígenas.

Respecto a la industria manufacturera en general, las ventas reales del sector tuvieron un aumento de 3,4% en 2018 y 2,0% en 2019, a diciembre de 2020 disminuyeron 1,2% (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

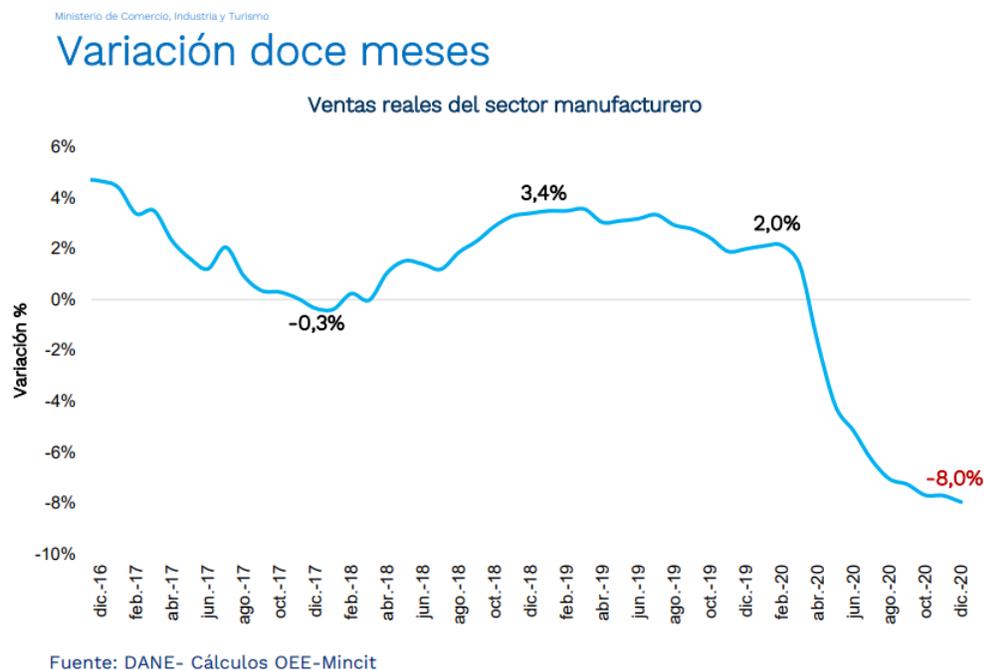


Figura 2. Ventas reales del sector manufacturero 2020, fuente: Mincit

Con la reactivación económica las ventas del sector manufacturero tuvieron un incremento de 25% en junio de 2021 con respecto al mismo mes de 2020 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

Según (Procolombia, 2019), el sector artesanal representa el 15% de la ocupación manufacturera en donde trabajan aproximadamente 350.000 personas, dentro del cual la participación más relevante es la labor de la tejeduría con el 58%, la madera con 13,5% y la cerámica con el 7,4%. Respecto a las exportaciones, en 2018 del sector manufacturero en general.

En cuanto a las exportaciones de artesanías en 2018 fueron cercanos a US\$3 millones a países principalmente sudamericanos y a Norte América; teniendo en cuenta los cambios actuales del mercado también se debe tener en cuenta que el e-commerce se vuelve fundamental para la venta de joyería y decoración, siendo que el 30% de los compradores prefiere comprar artículos de decoración en línea y 32% en joyería según el estudio de Retail Report de PricewaterhouseCoopers (Portafolio, 2019).

Sin embargo, hacer un análisis sobre las exportaciones en cifras reales por partidas arancelarias de artesanías en reportes oficiales del DANE aún es complicado, pues las partidas siguen siendo muy generales y no hay desagregación sobre exportaciones del sector artesanal; por otro lado también están los artesanos que hacen envíos internacionales independientemente de que sea orientado por Artesanías de Colombia de los cuales no se toman datos estadísticos (Artesanías de Colombia, 2021).

Las exportaciones de manufacturas en 2020 fueron de US\$6.946 millones respecto a 2019 que fueron de US\$8.290 millones disminuyendo un 16,2%. Esta representa el 22,4% del total de exportaciones (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

Exportaciones manufactureras Enero-diciembre de 2020

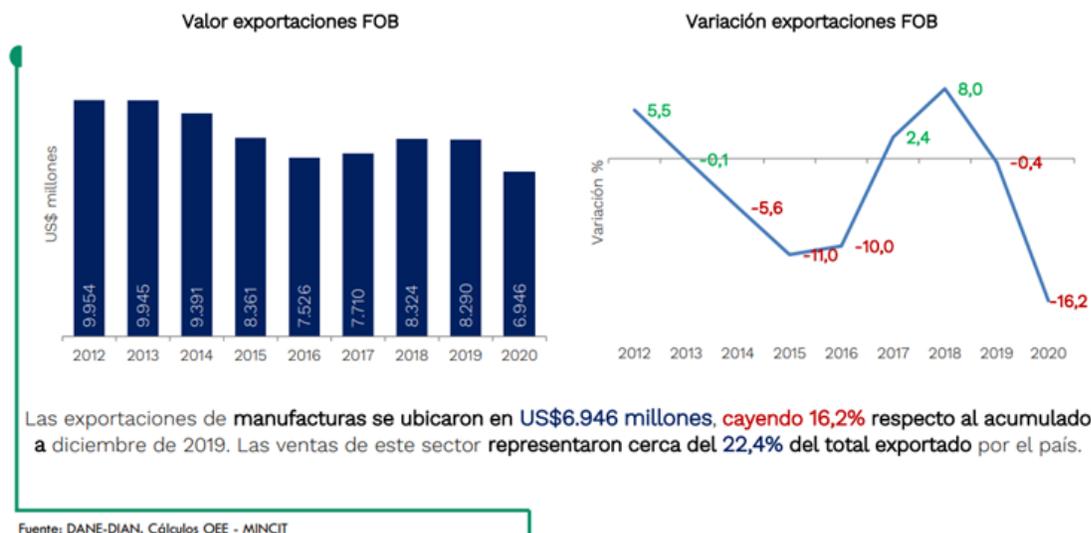


Figura 3. Exportaciones manufactureras 2020, fuente: Mincit

Por su parte en junio de 2021 el sector manufacturero tuvo un aumento en las exportaciones de 38,4% manteniendo un constante crecimiento durante 5 meses (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021), cabe resaltar que hablamos del sector manufacturero en general y no hay datos claros de porcentajes pudieran ser de artesanías.

Como se ha recalado anteriormente, el turismo cultural es un pilar ligado al proceso comercial de la artesanía, pues con las realidades que nos encuentra el mercado se hace necesario forjar nuevos espacios; ha cobrado relevancia las actividades que generan gran impacto social, compromiso con la sostenibilidad ambiental, por lo que los viajeros se motivan a descubrir experiencias culturales y vivencias en sus destinos, y el objetivo es fomentar el desarrollo local, la preservación y conservación del patrimonio y la generación de empleo (Procolombia, 2021).

Por ejemplo en el caso de Colombia, se busca promover la artesanía a través del turismo cultural que se guía por los destinos nombrados como patrimonio material de la humanidad por la Unesco como puede ser: el Parque Nacional Los Katios; Santa Cruz de Mompox; la Ciudad

Amurallada de Cartagena; el Parque Arqueológico de San Agustín; el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, el Parque Nacional Natural Serranía de Chiribiquete; el Parque Arqueológico de Tierradentro; el Santuario de Flora y Fauna de Malpelo; y Qhapac Ñan (sistema vial andino) y pueblos que son catalogados como patrimonio cultural de la nación.

De igual manera cuenta con la política de Economía Naranja que busca incentivar el sector cultural dentro de los objetivos de desarrollo sostenible, para la generación de empleo y fomento de la creatividad y la innovación que incluye el sector de la artesanía entre otras (Procolombia, 2021).

Por otro lado está Artesanías de Colombia S.A, una empresa estatal de economía mixta que hace parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que a través de los laboratorios de innovación y diseño que en conjuntos con diversos sectores artesanales del país fortalecen las capacidades humanas en lo referente a competencias productivas, técnicas, empresariales y comerciales enfatizando el diseño, calidad e innovación acordes a los conocimientos tradicionales de las comunidades artesanales (Artesanías de Colombia, 2021).

Gracias a los laboratorios está el ejemplo de la artesana:

Kasia Morales, es una de las tejedoras de mochilas de mayor excelencia y calidad que hay en el Amazonas. Esta artesana trabaja de la mano de su hija, su hermana y su mamá, con fibras vegetales como la chambira, el guarumo, bejucos y tintes naturales. Cuando tenía 20 años, sus productos se expandieron por fuera del departamento, siendo reconocidos en el país y en otras partes del mundo como Corea, a donde llegó para hacer una demostración de su trabajo y de la medicina tradicional de su comunidad. Ha participado en ferias nacionales e internacionales (Artesanías de Colombia, 2017).



Figura 4. Paneras tejidas en fibra de chambira Amazonas Fuente: Artesanías de Colombia 2017

Tejidos Rebanca S.A.S es un taller artesanal ubicado en Iza-Boyacá, durante los últimos cinco años han venido trabajando con 25 familias en el rescate de técnicas y oficios textiles ancestrales del altiplano cundiboyacense como son: los telares horizontales, hilado a mano y tintura natural con plantas, por medio del cual crean prendas únicas con estilo tradicional y contemporáneo en lana de oveja (Tejidos Rebanca, 2021).



Figura 5. Tejeduría de prendas en lana de oveja en Boyacá Fuente: Tejidos Rebanca, 2021

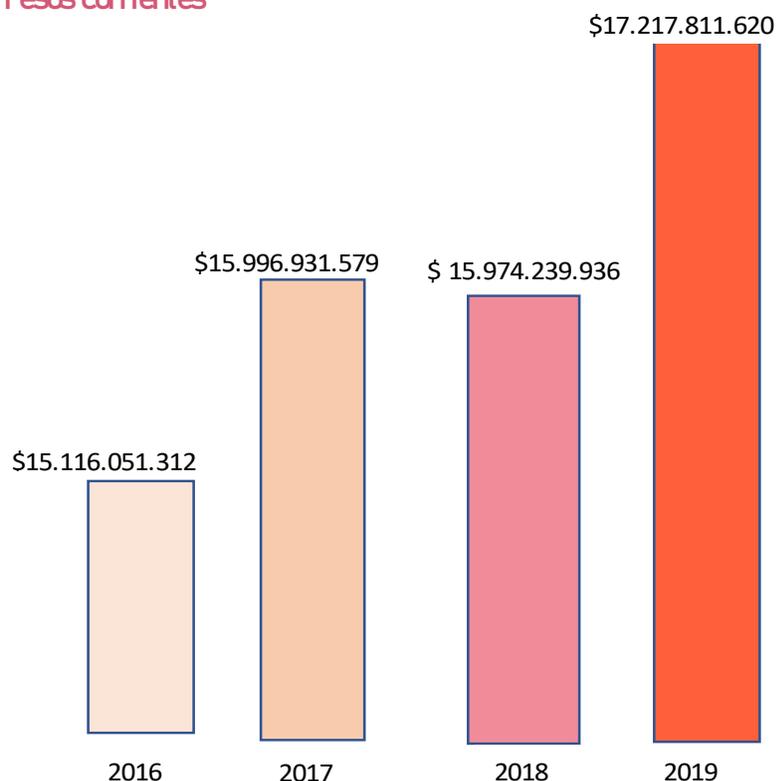
Lo más importante de este proceso artesanal ha sido su proceso de innovación dentro de la tejeduría artesanal en lana de ovejo, con conocimientos de otros sectores, pues José Francisco Gómez es artista plástico de la Universidad Nacional y Silvano Patiño que contaba con los conocimientos artesanales, esto permitió visualizar nuevos procesos creativos para llevar la propuesta a eventos como Expoartesanías donde pudieron exhibir sus prendas y pudieron conocer y hacer acuerdos con una cliente estadounidense que les permitió llevar sus prendas en los Ángeles California. Esta oportunidad permitió que las prendas lleguen hasta personajes importantes del cine mundial como Jason Momoa, lo cual impacta mucho pues permite visibilizar una prenda netamente artesanal colombiano, productos y marcas colombianos a nivel internacional, De esta forma hicieron participe de eventos como la rueda de negocios de Econexia que, en conjuntos con la gobernación de Boyacá, Corferias y otras entidades promotoras del sector que pretendía ventas superiores a los mil millones de pesos (Cultureunited.co, 2021).



Figura 6. Ruana tejida por artesanos en Boyacá para Jason Momoa Fuente: cultureunited.co

En la versión XXIX de Expoartesánías en 2019 se lograron ventas superiores a \$17.000 millones de pesos que representó un crecimiento de 7% en las ventas directas donde se beneficia el sector con alianzas comerciales importantes para su crecimiento. Este espacio también permitió la rueda de negocios con el apoyo de Procolombia y la Cámara de Comercio de Bogotá en donde participaron compradores de europeos y norteamericanos que generó expectativas de negocios por US\$1.666.059 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2019).

Ventas totales de Expoartesánías 2016 - 2019 Pesos corrientes



Fuente: SIEAA Artesanías de Colombia 2020

Figura 7. Ventas de Expoartesánías 2016-2019, Fuente: Mincit 2019

En el Cauca

El departamento del Cauca es uno de los departamentos más importantes en cuanto a la historia y cultura de Colombia, se localiza al suroeste del país haciendo parte de la región andina

y pacífica; cuenta con una superficie de 29.308 Km², lo que representa el 2.56 % del territorio nacional. Su capital es la ciudad de Popayán y está dividida política y administrativamente en 42 municipios (Gobernación del Cauca, 2019).

Se caracteriza por albergar el mayor porcentaje de población indígena del país, 190.069 personas (cerca del 20% del total departamental), pertenecientes a 8 grupos étnicos reconocidos oficialmente (Consejo Regional Indígena del Cauca, 2021)



Figura 8. Ubicación geográfica del Cauca, Fuente: CRIC, 2021

Las actividades económicas que identifican nuestro departamento son principalmente la producción agrícola, especialmente de fique, caña de azúcar, caña panelera, café, papa, maíz, yuca, frijol, tomate, mora y espárragos, también es importante la ganadería y sus derivados y un crecimiento notorio de la piscicultura. Según la Organización de Naciones Unidas ONU, el Cauca también presenta grandes cultivos de hoja de coca cuya producción como base de la cocaína es ilegal por mandato del gobierno (Becerra & Mosquera, 2021).

Artesanalmente, el Cauca es un lugar eminentemente cultural por su gran diversidad étnica y natural que resguardan tradiciones artesanales, dentro de los que destacan la tejeduría en lana de ovejo, hilo y seda natural, la talla de madera, la cestería entre otros. Habitan pueblos indígenas como los Nasas, Misak, Patías, Jamundíes y cholos donde la tradición artesanal y paisajes culturales y naturales se extienden por toda la región, La artesanía en caucana la forman las también la comunidad campesina y mestizas, además están los afrodescendientes en territorios del litoral pacifico (Artesanías de Colombia , 2019).

Los promotores del sector artesanal en el Cauca como en Colombia son: Artesanías de Colombia en conjunto con la gobernación y alcaldía de Popayán y la Universidad del Cauca para el fortalecimiento del sector, por medio de los mencionados laboratorios de innovación y diseño que empezaron en 2019.

Otro de los promotores de la artesanía es Manos de Oro que está adscrita a junta pro semana santa de Popayán que buscar promocionar y comercializar los tejidos en diversos espacios como ferias y eventos regionales y nacionales, aportando también a la capacitación en recurso humano a los artesanos, además:

Busca integrar el sector productivo artesanal y la pequeña empresa a los procesos actuales de desarrollo económico y social, mediante la introducción del componente de diseño para la innovación de productos, el perfeccionamiento de la calidad y la competitividad de los mismos, buscando adecuar la oferta de productos a la demanda del mercado nacional e internacional y profundizando en conocimientos científico - tecnológicos, dirigidos al artesano y su actividad dentro del presente siglo (Junta Permanente Pro Semana Santa, 2018).

Silvia

Localización:



Figura 9. Ubicación geográfica de Silvia Fuente: Cuene, 2019

Silvia es un municipio ubicado en el nororiente del departamento del Cauca, suroccidente de Colombia. Limita al norte con los municipios de Caldono y Jambaló, al oriente con Páez e Inzá, al sur con el municipio de Totoró, Al sur oeste con Cajibío y al occidente con Piendamó; cuenta con una extensión de 582 km² según datos del DNP en 2018.

Se encuentra entre los 1.300 y 1.800 metros de altitud, mayormente es de clima frío con una temperatura promedio de 15°C.

En cuanto a su población, según el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2020, tiene 38.063 habitantes. El municipio de Silvia tiene vocación agrícola, por lo que el 88,50% habita en zonas rurales y solo el 11,50% es zona urbana.

Silvia es una región diversa culturalmente, pues la división político administrativa indica que existen seis resguardos indígenas que conforman un total de 28.023 habitantes distribuidos

en Guambía, Ambaló, Kisgó, Pitayó, Quichaya y Tumburao (Alcaldía Municipal de Silvia, 2020).

Según Artesanías de Colombia en el municipio de Silvia hay 417 artesanos caracterizados, de los cuales más el 46,3% son provenientes de resguardos indígenas; elaborando piezas artesanales con materias primas provenientes de fibras naturales, de 408 artesanos el 82,4% usa ese tipo de materiales y además la mayor parte de ellos son artesanos independientes 81,1% (Artesanías de Colombia, 2020).

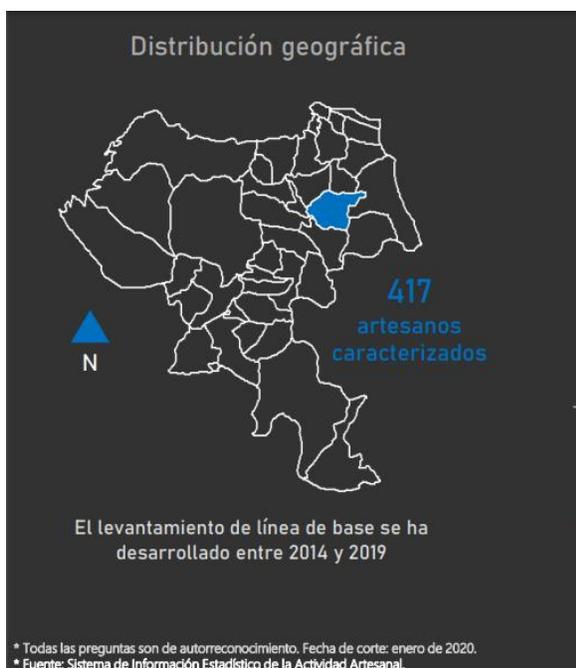


Figura 10. Artesanos del municipio de Silvia Fuente: Artesanías de Colombia, 2020

En cuanto destinos culturales como destinos de atractivo turístico hacen parte del patrimonio cultural sitios ubicados dentro de la comunidad Misak como son: Casa de las parteras, Casa de la cultura, Casa Payán, Petroglifos y Minas de sal (Alcaldía Municipal de Silvia, 2020), junto con las experiencias culturales y naturales que ofrece el resguardo de Guambía a quienes visitan el territorio.

Guambía

Ubicación:

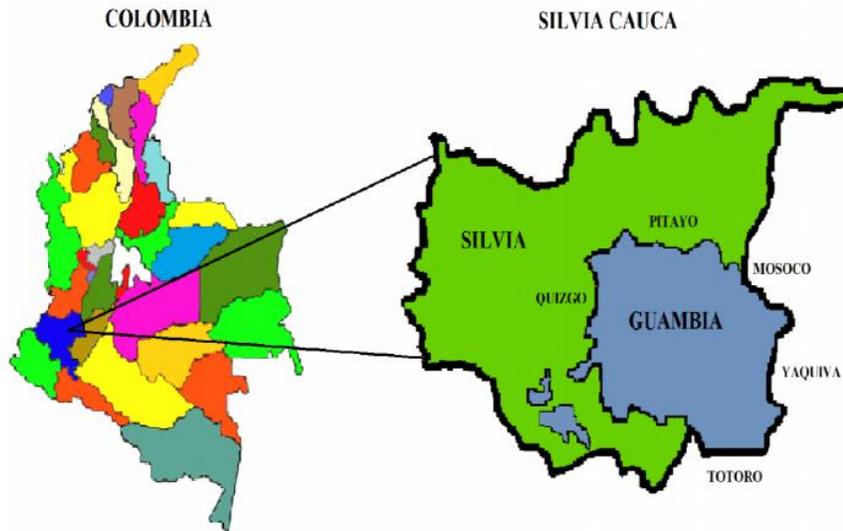


Figura 11. Ubicación geográfica Resguardo de Guambía Fuente: Repositorio digital Univalle, 2017.

El Resguardo Indígena de Guambía, se caracteriza por su paisaje andino y altas montañas de páramos, una región fría con temperatura promedio 12° C. las actividades económicas que caracterizan el territorio son, agrícola donde la tierra es la fuente de toda subsistencia.

La comunidad Misak se encuentra además asentado en el Cauca, Valle y Huila, pero en Cauca se encuentra más del 90% de la población, seguido de Valle del Cauca 3,5% y Huila 3,3% según datos del DANE en 2005.

Desde la cultura Misak, la tierra y todo lo que la compone, es la madre, de manera que los Misak se identifican como los encargados de garantizar el equilibrio y la armonía entre la naturaleza y el ser humano, y desde su condición de primeros pobladores, adquirieron el compromiso de defenderla, protegerla, mantenerla, y

devolverla para la humanidad entera, considerándose autoridad ambiental (Ministerio de Cultura, 2013).

La labor artesanal es mayoritariamente de las mujeres, los husos y telares son los instrumentos más característicos de su trabajo, son distintivos los productos en lana natural de ovejo como ruanas, mochilas, bufandas, anacos y chumbes elaborados en telares (Artesanías de Colombia, 2021).

La Asociación Arte Misak es un grupo de artesanos y artesanas de la comunidad Misak, que agrupa cerca de 50 familias dedicadas a la tejeduría en lana de ovejo natural, con técnicas, vocación y disposición en la labor. A continuación, muestras de mochilas de Arte Misak:



Figura 12. Mochilas Misak en lana de ovejo Fuente: Artesanías de Colombia, 2021

Hasta 2012 se empezaron a fortalecer los procesos artesanales de los Misak en proyectos de la región, en 2015 con el apoyo de Artesanías de Colombia fueron mejorando y visibilizando los procesos de comercialización en ferias regionales y nacionales, caminando de la mano con la protección y defensa de los derechos de las mujeres y su participación política, generando un impulso a los artesanos para crear puntos de comercialización desarrollando un comercio justo

incentivando la producción; además, el turismo se ha incrementado con la mejora de las condiciones de orden público de la región, la producción artesanal, está supremamente ligado a la identidad cultural, pensamiento y vivencias de la tierra (Artesanías de Colombia, 2018).

Estado del sector

Las actividades económicas que desarrolla el sector artesanal la podemos clasificar en varias, de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas, encontramos que la actividad artesanal va enfocado en la sección C denominado Industrias Manufactureras, en la División 13 Fabricación de productos textiles: Tejeduría de productos textiles (131), Fabricación de tejidos de punto y ganchillo(139); División 15: Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares; artículos de talabartería y guarnicionería elaborados en otros materiales (1513); y en la División 32 de Otras Industrias Manufactureras, Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos (3210) (DANE, 2020).

Tendencias económicas

A pesar de la crisis económica que se ha evidenciado durante la pandemia a nivel mundial el país se ha enfocado en fortalecer el sector artesanal a través de diferentes estrategias que permitirán a largo plazo el posicionamiento del país en este campo, es allí donde el municipio de Silvia debe ser tenido en cuenta como parte de este proceso; de acuerdo con Artesanías de Colombia la pandemia trajo consigo grandes retos para todos los actores de la economía y entre ellos los artesanos, lo que llevo a crear estrategias y actividades orientadas a mantener la productividad, promoción y visibilización de la actividad artesanal, así se crea la estrategia “artesanos estamos contigo” que busca apoyar la labor del artesano en tiempos de crisis como los que afronta el país a causa de la pandemia (Artesanías de Colombia, 2021)

Factores que mueven el mercado

Existen diversos factores que pueden influir de forma positiva o negativa el mercado artesanal, entre ellos encontramos la implementación de las TIC que se ha convertido en una herramienta fundamental de los artesanos, sobre todo en la situación actual donde la mayoría de productos pasaron a ser comercializado a través una pantalla y al alcance de cualquier persona en cualquier lugar del mundo, también existe un factor clave que es la innovación y calidad del producto porque será una forma de crear una fidelización con el cliente y por último, pero no menos importante, la utilización de materia prima y técnicas de elaboración amigables con el medio ambiente.

Las artesanías representan la identidad de los pueblos indígenas, su cultura y tradición, además de su principal fuente de ingresos, ahí radica la importancia de ampliar la cobertura a nivel nacional e internacional, para que los artesanos puedan tener mejores condiciones de vida y puedan ofrecer una estabilidad económica a su familia y a su comunidad, impulsando así el desarrollo económico de la región.

Como actividad productiva, las artesanías no son ajenas al fuerte desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la globalización de los mercados, que les abrieron muchas nuevas posibilidades y lo harán aún en mayor medida en los distintos procesos del negocio. La globalización presenta también oportunidades de colaboración y de presencia en los mercados extranjeros que pueden explorar. (connectamericas, s.f.)

Barreras especiales de ingreso o salida de empresas en el sector

En el sector artesanal enfocado en artesanía indígena, las barreras de entrada que generalmente detiene los procesos de formalización o emprendimiento de este tipo de empresas son el desconocimiento de estrategias de mercado, posicionamiento y procesos de calidad en las

piezas artesanales; y la articulación efectiva con los procesos de turismo cultural en sitios estratégicos que todavía no se exploran dentro del territorio indígena del pueblo Misak, para generar conocimiento enfocado en las necesidades de los turistas y clientes potenciales que puedan adquirir las piezas artesanales.

La formalización es uno de los vacíos existentes, debido a que no es considerado un sector primordial de la economía capaz de generar los ingresos suficientes para su sustento, esto debido a que no hay una ruta de estrategias y asesoramiento en la gestión del proceso comercial y formal; pocos artesanos han tenido orientación en temas de organización de asociaciones productivas y capacitación legal, contable y manejo de calidad.

Desde las autoridades municipales y cabildos indígenas se debe impulsar programas de capacitación en temas relacionados a la comercialización, abriendo rutas de procesos de transformación artesanal de la mano con el turismo cultural.

El acceso a las TICS es un recurso que no se aprovecha dado que en las regiones, principalmente en las áreas rurales donde se encuentra la mayoría de artesanos de Guambía, no tienen acceso a estas tecnologías y sin esta herramienta es difícil comprender y aplicar las tendencias del mercado, también se limita la llegada a mercados nacionales e internacionales; en este sentido se debe propiciar su uso para la creación de plataformas virtuales y marketing digital que le permita a los diferentes artesanos la comercialización de sus productos.

Rivalidades entre competidores

La competitividad en el sector artesanal dentro del municipio de Silvia es relevante, según el reporte empresarial del sector de industrias manufactureras, en Cauca hay 27.200

empresas inscritas, en Silvia hay 240 empresas de las cuales solo 21 son de Manufacturas sin especificar cuáles tienen actividades artesanales (Compite360, 2021).

Se reconoce alrededor de 8 empresas debidamente formalizadas con actividades de comercio al por menor de objetos domésticos relacionados, cuya procedencia es de la comunidad Misak que trabajan desde la lana de ovejo natural e hilo industrial, hasta productos de bisutería y accesorios en mostacilla (Universia Colombia, s.f.). A pesar de que no son numerosas, dentro de la comunidad hay muchos artesanos independientes que no se han formalizado y llevan a cabo su actividad desde sus hogares o en puestos informales dentro del casco urbano y eso hace un sector realmente diversificado.

Actualmente dos grupos de asociaciones artesanas están vinculados con Artesanías de Colombia generando abundante publicidad a posibles compradores, algunos artesanos independientes lo hacen a través de las redes sociales y eso atrae el turismo que también promueve el sector. En ese sentido hay algunas asociaciones de ecoturismo, agroturismo cultural que incentivan la llegada de turistas, que llegan al municipio principalmente atraídos por la colorida cultura Misak que es una de las comunidades indígenas que más realza en la región por su vestimenta, tradiciones y artesanía. Los turistas o clientes buscan piezas culturalmente relacionadas, pero hay poca diversificación en temas de innovación de productos, de diferentes usos no solo de la persona sino del entorno en que vive.

Políticas gubernamentales y marcos regulatorios.

En el país rigen políticas que benefician y salvaguardan los derechos de las personas, la ley del artesano fue expedida en el año 1994(ley N° 36) , por medio de esta ley se visibiliza la profesión del artesano y se crea una categoría para cada artesano de acuerdo a su nivel de

competitividad, así como sus implicaciones legales en cuanto a la creación de empresa y organización interna de la misma, además se crea Artesanías de Colombia S.A como una entidad de registro de los artesanos permitiendo de esta forma una mayor organización del gremio.

Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico y mental (Congreso Republica de Colombia, 1994)

La ley del artesano es complementada con el decreto N° 258 del 2 de febrero del año 1987, en el cual se pueden apreciar otras definiciones más claras que permiten la clasificación de las artesanías y del artesano como profesional y que además reglamenta la ley 36 /1994.

Estas normas permitieron el fortalecimiento de las culturas indígenas a través de sus artesanías y permitieron regular la actividad artesanal pero el gobierno debe seguir fomentando el desarrollo y crecimiento de este sector que aporta a la economía del país.

Poder negociación de clientes y proveedores.

El poder de negociación de los clientes es alto, debido a la variedad de productos artesanales en el mercado local y nacional de diversas regiones, lo cual exige a los artesanos una atención especial al diseño del producto, calidad, creatividad e innovación; por ende los clientes tienen facilidad de sustituir el producto por la cantidad de productores que hay en el mercado; sin embargo, son pocos los artesanos que venden y se promocionan a través de internet, lo que evidencia un desaprovechamiento de esta herramienta.

Esta posibilidad permite que se vaya explorando cada vez para generar estrategias de comercialización, diferenciación, posicionamiento del producto o servicio, también el fortalecimiento de los procesos de elaboración como de la cadena de valor que se genera en la experiencia cultural que se busca brindar al cliente.

Amenazas de ingreso de nuevas empresas

Es posible que se generen nuevas empresas en el entorno actual del mercado disponible digitalmente, basadas en el estudio de la rentabilidad del sector en el comercio electrónico en que nos encontremos, ya que es a través de las TICS que podremos generar insumos para el direccionamiento estratégico del proyecto encaminado a responder a las necesidades del mercado actual, con el objetivo de diversificar las propuestas de valor y posicionamiento competitivo en el sector. Existen dos grupos artesanales Misak que hacen parte de las plataformas virtuales como tiendas virtuales de Artesanías de Colombia cuya participación les genera bastante visibilización y otros relacionados con el turismo cultural, sin embargo, está abierta la necesidad de creación de nuevos espacios en el cliente en el consumo de artesanía, desde productos de decoración de hogar, que poco se ve en la artesanía Misak.

Modelo de negocio.

Modelo de negocio Artesanía Misak					
SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTOS DEL CLIENTE	
Clientes del sector público y privado que promuevan la cultura y patrimonio indígena en especial el arte manual en diferentes sectores de la economía	Fortalecimiento de la Artesanía indígena Misak del Cauca	Artejerterte ofrece piezas artesanales de calidad y diseño propio, estrechamente relacionado con la identidad cultural Misak, tejidas por artesanos para el disfrute de una experiencia de compra tradicional, un comercio justo y origen natural para el cuidado del medio ambiente y a través de las asociaciones artesanales e independientes del pueblo Misak	comunicación directa e indirecta	Dirigida a todos los que quieran conocer la cultura y el patrimonio indígena en piezas artesanales de accesorio y decoración, especialmente a mujeres de estratos 1 a 4	
	Capacitación de las personas en temas de diseño y calidad		Espacio de atención virtual, telefónico y físico		
Asociaciones o grupos que promuevan el turismo cultural en la región, que promuevan sitios turísticos, restaurantes y hoteles donde se muestre la artesanía local	RECURSOS CLAVE		CANALES		Relacionamiento de los clientes con los procesos artesanales propios
	Vendedores Capacitados,		Página web		Visitantes nacionales e internacionales
	Estudios sobre simbología e identidad Misak	Redes sociales, Publicidad en sitios turísticos y eventos sociales	Entidades públicas y privadas		
Visitantes y promotores culturales nacionales e internacionales	Gestión de tecnologías, marketing y redes sociales	Marketing digital	Entidades comerciales del sector turístico		
	Convenios con prestadores de servicios turísticos y culturales	Ventas directas y virtuales			
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESO		
Alquiler de local, sueldos, proveedores, impuestos, taller de tejido, mobiliario, plataformas de información, comercio justo			Inversión inicial de los socios, Ingreso a través de la venta de piezas artesanales de Artejerterte		

Tabla 1. Modelo de negocio Canva artesanías Misak Fuente: Autores

ANÁLISIS DEL MERCADO

El sector artesanal como actividad empresarial está conformado de muchos campos de servicios y comercio; para las empresas artesanas es fundamental el cliente, que en un alto porcentaje son los turistas, la pieza tejida por el artesano, la cultura que representa y el origen de donde provienen los materiales y su autor; cada factor influye en el proceso de comercialización de la artesanía como producto en el mercado, se destaca el factor cultural el cual es un hecho relevante para el mercado y el sector de industrias creativas. En ese camino podemos encontrar la artesanía de oficios manuales cuyos artesanos no son pertenecientes a comunidades indígenas y la artesanía elaborada por artesanos de pueblos indígenas, cuya característica es importante para los turistas nacionales y extranjeros. Dentro de las actividades que se realizan está la tejeduría en

hilos naturales y procesadas de las cuales se elaboran piezas de accesorios, prendas de vestir típicos de la región que identifican la cultura e identidad, pues, muchos son parte de la vestimenta propia de cada pueblo; tejido de accesorios de joyería y bisutería en mostacilla, que es el principal material usado en esos tejidos, de estos accesorios hacen parte una gran variedad de piezas y colores reflejados principalmente en collares; La talla de madera como actividad artesanal también viene haciéndose camino en crear diseños o piezas más decorativas cuyo valor cultural es indispensable.

Para identificar la demanda de los productos artesanales tenemos que tener presente la importancia con la que incide el sector turismo, ya que los clientes potenciales actualmente son los turistas, los cuales buscan identificarse con la cultura de la región, sus tradiciones, pero sobre todo con la identidad del pueblo Misak o los pueblos originarios que habitan en el municipio de Silvia. No obstante, su demanda está dada por el valor cultural, identitario y tradicional que incluye una pieza artesanal tejida por las comunidades indígenas, la expresión de sus memorias que está estrechamente relacionado con la naturaleza, la medicina tradicional y la protección del medio ambiente como la fuente de toda la vida. También depende de los gustos personales, ya que en la actualidad se buscan accesorios, prendas de vestir y adornos decorativos que se muevan acorde a las tendencias de moda y la decoración.

Clientes

El departamento del Cauca se ha venido fortaleciendo en cuanto a procesos culturales en torno a la artesanía y el turismo como eje alternativo del comercio, las comunidades indígenas han logrado cada vez mayor consolidación y visibilidad en los diferentes procesos cuyo fundamento es la conservación de sus tradiciones y memorias. Como fortalezas económicas y potencial está su riqueza cultural, historia, medio ambiente o ambiente de vida y procesos de transformación de

materia prima con las diferentes técnicas de tejidos, especialmente el municipio de Silvia ha sido un lugar preferido por visitantes nacionales que en 2019 antes de la pandemia se registró 850 visitantes frente a 782 de 2018, e internacionales provenientes de Europa y América en temas de turismo.

Para el sector artesanal es fundamental el desarrollo turístico del departamento y esencialmente del municipio, para generar propuestas de comercio nacional e internacional que permita la interacción comercial con los microempresarios artesanos. En 2019 en promedio el municipio de Silvia recibió 1320 visitantes nacionales y extranjeros registrados en el punto de información turística, distribuidos de la siguiente forma:

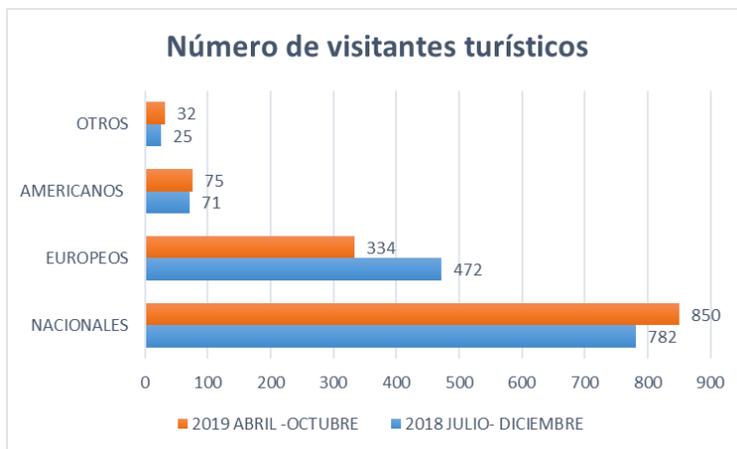


Figura 13. Informe de empalme turismo en número de visitantes 2019-2018 Fuente: Silvia

De acuerdo a lo anterior, para la determinación del tamaño de la muestra se tomó como referencia el número de turistas que en promedio llegaron al municipio de Silvia hasta 2019, según el informe de empalme de la oficina de turismo, son 1320 turistas semestralmente, se toma como referencia un margen de error del 5,9% arrojando como tamaño de la muestra poblacional de 170 encuestas para realizar. El mecanismo para recolección de la información elaborado conforme a los requerimientos del mercado objetivo. Ver el anexo de la encuesta elaborada.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{N * Z^2 * P(1-P)}{e^2 * (N-1) + Z^2 * P(1-P)}$$

Este proyecto está dirigido a personas que apoyan el sector cultural de las regiones, la conservación del patrimonio y el arte de las comunidades indígenas, cuya actividad comercial se lleve a cabo de forma justa y sostenible, sustentable con el medio ambiente, donde se vinculen procesos de construcción colectiva para la conservación de la identidad cultural y el entorno natural y cultural. De acuerdo con la investigación de mercado, de las ciento setenta encuestas realizadas evidencia la participación de la mujer de forma mayoritaria demostrando su participación dentro del comercio de forma positiva y de igual forma en el entorno artesanal; en el estudio realizado, el 69,4% de los encuestados son mujeres y dada la importancia en la industria sabemos que las propuestas publicitarias irán dirigidas hacia ellas, sin perder de vista que nuestro mercado también se enfocará en los hombres debido a que la artesanía se orienta a ofrecer productos con un enfoque incluyente.

Los clientes potenciales tienen un estilo de vida medio, podemos decir que clase media, tienen un promedio de ingresos superior a 1 SMMLV como detallamos a continuación:

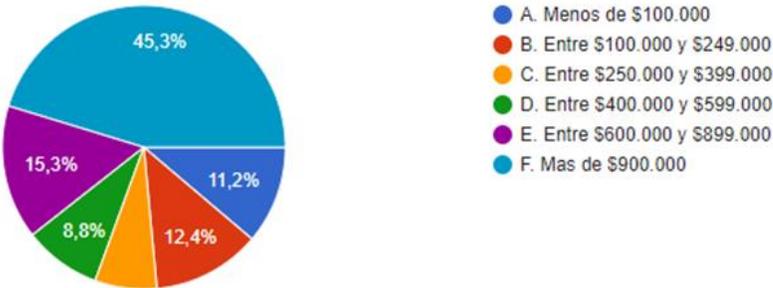


Figura 14. Rango de ingresos mensuales de los encuestados Fuente: Autores

La mayoría tiene un rango de edad entre los 21 y 30 años, más exactamente el 52,9% de los encuestados; de igual importancia hay un 41,2% que se encuentra en un rango de entre 31 y 59 años. Tener en cuenta que esos rangos de edad nos permiten clasificar el tipo de producto que se pueda ofertar.

La ocupación de las personas que han sido encuestados es en su mayoría, empleados o dependientes de una empresa, estos representan el 40%, el 30,6% son trabajadores independientes y un 25,9% cuya actividad actual es la de estudiantes, lo que nos indica tener futuros clientes profesionales. La ocupación también permite proyectar o determinar una serie de piezas artesanales posibles que se puedan ofertar dependiendo de las actividades que desarrollan.

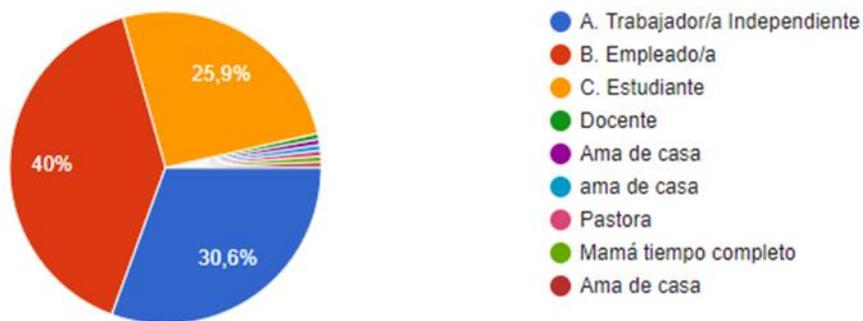


Figura 15. Pregunta: ¿cuál es su ocupación? Fuente: Autores

Las personas que son empleados, trabajadores independientes son personas con un ingreso disponible mensualmente, un ingreso fijo, los estudiantes son personas muy conectadas con los servicios culturales y de turismo, que podrían estar dispuestos a adquirir un producto artesanal.

Frente al conocimiento que tienen sobre la Artesanía Misak, la mayoría de las personas ha escuchado o lo conoce, aunque esto es un índice favorable aún faltan aspectos por

profundizar, datos clave como la historia y las costumbres que hay de cada producto elaborado, de acuerdo a los resultados el 75,9% de los encuestados conoce o ha escuchado hablar sobre las artesanías Misak(129 personas), lo que nos da una perspectiva del enfoque que debemos seguir teniendo en cuenta que el objetivo principal es buscar la visibilización de la cultura Misak a través de sus artesanías y de este modo poder fortalecer la economía de las familias artesanas de la comunidad.

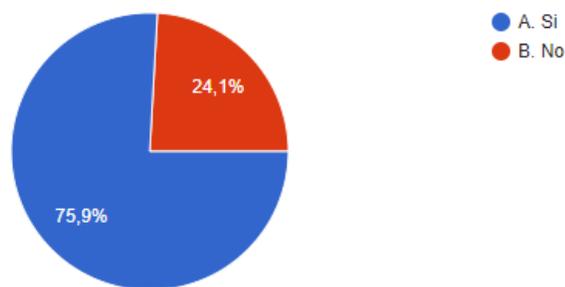


Figura 16. Pregunta: ¿Conoce o ha oído sobre la artesanía Misak? Fuente: Autores

Con respecto al interés de las personas en adquirir una pieza artesanal, debemos tener en cuenta que, en el mercado, la adquisición de productos de este sector, no es un consumo de primera necesidad y que por tanto el dinero que se destine a su compra no sería muy frecuente, pues se ha determinado que las personas pueden comprar alguno de estos productos más por gusto o algún otro motivo que no sería por necesidad (Arguello & Quintero, 2014).

Sin embargo, del 100% de los encuestados, más del 60% respondió que sería probable la posibilidad de adquirir una artesanía, por ende, es importante incentivar esa idea de querer conocer los productos que se ofertarán.

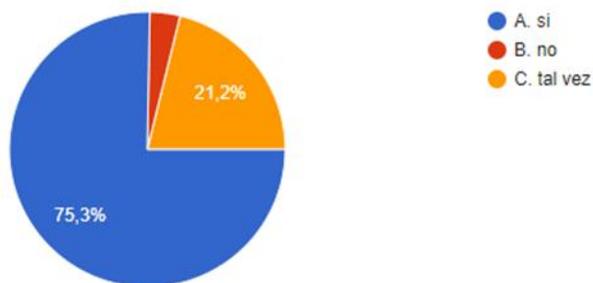


Figura 17. Pregunta: ¿estaría interesado en adquirir una artesanía? Fuente: Autores

El 75,3% de los encuestados estaría dispuesto a comprar una artesanía, un 21,2% respondió que tal vez, de ahí saldrán propuestas de crear publicidad y hacer marketing para convencer al público que aún no tienen claro la iniciativa de los productos artesanales.

Con respecto al conocimiento o interés que tienen en los productos, se planteó la pregunta: ¿cuáles son las características que busca al momento de comprar una artesanía?, a lo cual resalta mucho el valor cultural y patrimonial que guardan este tipo de procesos especialmente en comunidades indígenas, igualmente los diseños que son representativos de la identidad cultural de su pueblo, la calidad del producto y una parte especial referente a la personalización de sus diseños a la hora de encargar, tal como se aprecia en la siguiente gráfica:

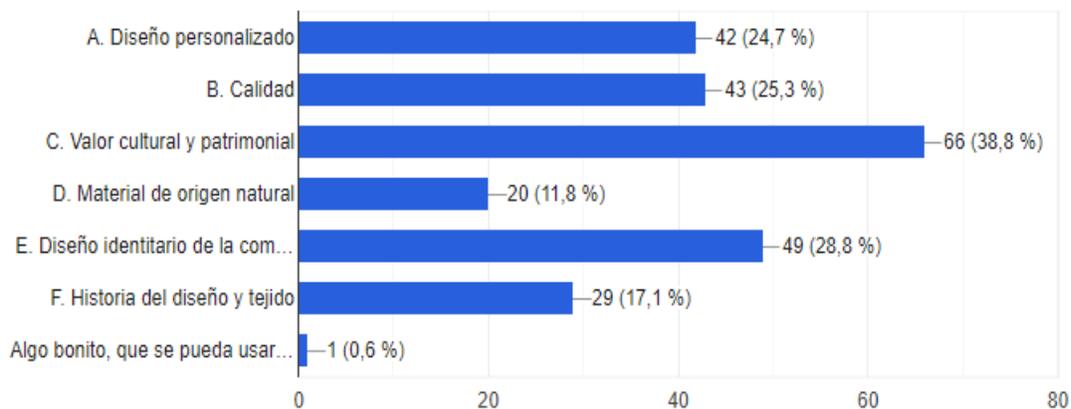


Figura 18. Pregunta: ¿qué características busca en una artesanía? Fuente: Autores

El estudio también permite identificar cuáles son los productos que buscarían a la hora de comprar artesanía, para esto las personas reconocen que las características más especiales o mejores de un tejido son: primero y fundamental que sea hecho a mano 100% artesanal, segundo que se plasme y enseñe su valor cultural o significado por cuanto su diseño sería único, y tercero la calidad del producto. A partir de esa caracterización, del 100% de encuestados, el 59,4% estaría dispuesto a comprar mochilas o bolsos tejidos en hilos o fibras naturales; el 34,7% compraría accesorios (collares, aretes, pulseras, etc.) tejidos con materiales de pedrería o mostacilla; el 31,2% de los encuestados compraría piezas decorativas del hogar tallados en madera u otro material de tipo artesanal.

Cabe resaltar el interés que hay en adquirir tejidos relacionados con prendas de vestir típicas de las comunidades como las ruanas o tejidas en hilos naturales, u otro tipo de prendas de origen artesanal y las piezas de cerámica y alfarería.

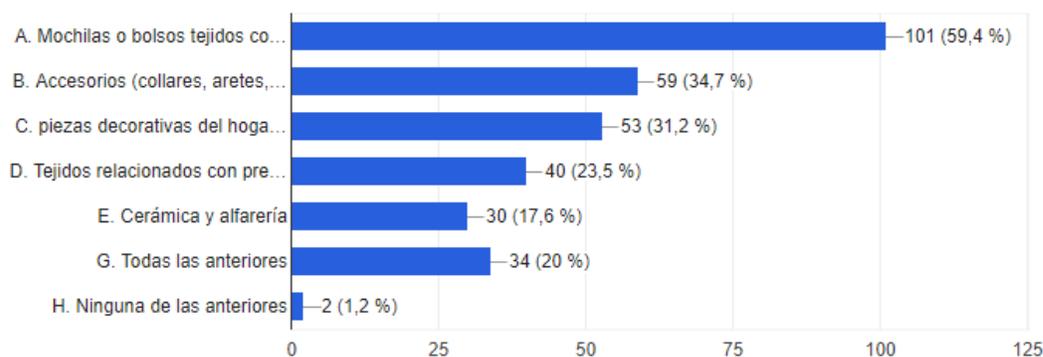


Figura 19. Pregunta: ¿qué pieza artesanal estaría dispuesto a comprar? Fuente: Autores

Asimismo, los medios para adquirirlos son diversos, siendo la compra en puntos físicos en locales de los artesanos la principal o más realizado, el 82,4% prefiere comprar presencialmente puesto que, la interacción con el artesano y el producto permite detallar cada

aspecto del tejido y esto genera un conocimiento que se lleva el comprador, y solo el 12,4% recurriría los medios virtuales para hacer las compras.

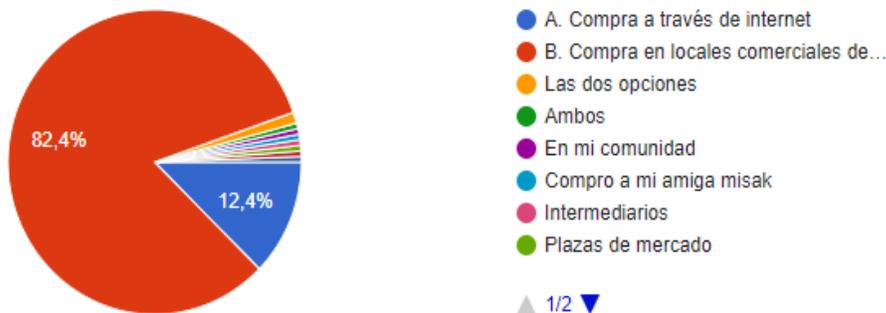


Figura 20. Pregunta: ¿qué medio prefiere para adquirir una artesanía? Fuente: Autores

Las personas encuestadas piensan que unas de las trabas que tienen a la hora de querer comprar, es que se encuentran lejos y poder adquirirlo se hace complejo cuando no hay algún contacto directo, por otro lado, su alto costo o que no se encuentra algo que se adapte a sus gustos personales. El precio ha sido una característica fundamental de las piezas tejidas a mano, debido a que son procesos de manufactura que tienen un tiempo de elaboración más largo, materias primas escasas o caras por ser también artesanales o de origen natural. Si bien es cierto que las artesanías indígenas, tienen un costo un poco más elevado que otras de su tipo es porque son creaciones muy singulares, no se fabrica en cantidad, y esa es su fortaleza, la singularidad de sus diseños, no hay dos o más artesanías iguales, ya sea por sus técnicas, materiales o las manos que las crearon.

Hicimos el ejercicio de preguntar cuánto estarían dispuestos a pagar por una mochila Misak tejida en lana de ovejo, con un diseño propio cuyo significado está plasmado en ella por la artesana:

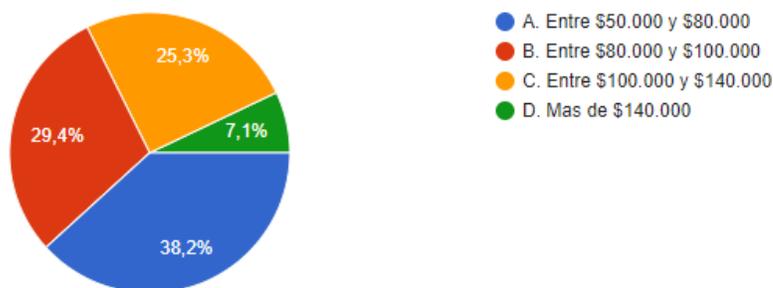


Figura 21. Valor que estarían dispuesto a pagar por una mochila Misak Fuente: Autores

Los precios están dados por los costos de producción y el margen de utilidad para cada artesanía, sin embargo, es importante conocer cuánto estaría dispuesto a pagar el cliente por una pieza artesanal, por ejemplo, una mochila Misak, para identificar factores como la disponibilidad de efectivo de los clientes para obtener un producto de este tipo. En este caso el 38,2% estaría dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$100.000, el 29,4% entre \$80.000 y \$100.000 y sólo un 25,3% estaría dispuesto a pagar entre \$100.000 y \$140.000.



Figura 22. Mochila Misak tejida en lana de ovejo Fuente: Autores

De acuerdo a la entrevista realizada a la artesana líder de la Asociación Multiactiva Espiral Ishuk Misak Mama Cecilia Tombé, los clientes que más se destacan por el aprecio a los procesos artesanales buscan la representación de la identidad cultural y un buen proceso de calidad, especialmente las mochilas y la tejeduría en telar porque es parte de la tradición de las mujeres Misak, es por ello que mediante mingas de tejido y diseño buscan plasmar la historia, memoria y sabiduría que les han heredado sus antepasadas abuelas, con el objetivo de fomentar en los jóvenes ese mismo sentir por la artesanía propia (Tombé, 2021).

Por otro lado, está la artesanía cuyo material principal son las piezas de pedrería, mostacilla de diversos tonos, pues la diversidad de colores ha llamado la atención de los visitantes, son accesorios llamativos y coloridos que son muy demandados en los locales artesanales, va por un gusto más personalizado, relacionado con los colores llamativos de la naturaleza y la tierra. Es por eso que la artesana Mama Ascensión Tunubalá (Tunubalá, 2021) que trabaja con sus hijas en un taller en casa dentro del resguardo de Guambía, busca plasma en los collares en mostacilla, la tierra, las montañas y ríos, con formas y colores con los cuales explica a sus clientes su significado. Esto nos indica que no toda la artesanía es totalmente originaria de la naturaleza, pues la mostacilla es un producto importado de la República Checa.

Sin embargo, desde hace muchas décadas, los collares de las mujeres Misak ha sido elaborada en diferentes tipos de mostacilla o chaquira, actualmente es un producto muchos mejor procesado, o físicamente más pulido, por ende, desde hace años ha hecho parte de la vestimenta propia, y se ha convertido en una pieza fundamental como identificación también de la cultura Misak.

Producto

La artesanía indígena Misak como modelo del plan de negocio está enfocado en el municipio de Silvia, donde habita mayormente la comunidad Misak, actualmente están ubicado en muchos municipios pero es donde se ha venido construyendo la memoria colectiva, con el fin de fortalecer los procesos de diseño y creación de piezas artesanales en la región, por ende enaltecer la labor como productos con gran potencial para ser considerado de lujo, y no un objeto solo visto como folclor que no puede costar un poco más. De igual manera, visibilizar las actividades económicas propios con los artesanos y artesanas del Resguardo, para brindar una conexión con los procesos de elaboración, la importancia de la identidad cultural que hace parte, el aporte que se hace a la construcción de memoria como pueblo originario, para generar una experiencia de conocimiento a los diversos clientes.

En relación con la información obtenida de la encuesta, el plan de negocio se enfoca en ofrecer las siguientes líneas de productos de acuerdo a las preferencias de nuestros potenciales clientes, la empresa buscará vincular los procesos de turismo cultural que hay dentro del resguardo para impulsar la labor durante los fines de semana en distintos sitios turísticos. De ese modo dar a conocer las propuestas de diseño o línea de productos a través plataformas virtuales y físicas con los siguientes mecanismos:

1. Asesoría en tipo de materiales, colores, de forma para encontrar la que el cliente busca.
2. Mostrar el diseño que se ha propuesto para el tejido, explicando la razón de cada elemento de la pieza artesanal.
3. Seguimiento del proceso artesanal en el entorno o talleres de los artesanos.

4. Mostrar el producto final a través de un video, conociendo el sentido y el significado cultural de cada proceso y materiales aplicados, contando la historia del artesano/a en el espacio de tejer/aprender.

Línea Tejeduría:

Las piezas artesanales que tienen tres elementos principales, el hilo natural de lana de ovejo es el primero, como segundo elemento están los colores naturales sin proceso de teñido y si lo tiene será con colorantes provenientes de plantas y raíces, y el tercer elemento son los diseños que representan la simbología y la identidad del pueblo Misak, identificamos el siguiente producto:

- **Mochilas:**

Piezas de uso diario con capacidad de guardar y llevar artículos de usos personal, desde un celular hasta un computador portátil, es decir en distintos tamaños y colores dependiendo en ese sentido de los clientes, sus gustos y necesidades, dentro de estos tejidos tenemos las mochilas identitarias del pueblo Misak, mochilas referentes a la cultura, con materiales de origen propio de la comunidad:

Mochilas Misak

- **Hilo:** Lana de ovejo
- **Colores:** tonos beige, café, negro y gris, cabe mencionar que no son colores iguales siempre, los tonos cambian generando siempre un degradé diferente que proviene del entorno en que viven las ovejas, si hay teñidos se logran de forma natural con plantas.
- **Tamaño:** La mochila promedio normalmente es 21 cm de base, 30 cm de alto y la tira o cinturón de 1 m. aproximadamente.

- **Herramientas:** Tejido a mano, aguja crochet y telar de madera para tejido de la tira o cinturón de la mochila.
- **Diseños:** la dualidad es un principio de la convivencia comunitaria, por ende, hay simbología que representa la mujer y el hombre, con sus roles dentro del territorio

Tabla 2. Línea tejeduría Mochila Misak Fuente: Autores



Figura 23. Mochilas Misak con simbología de espiral Fuente: Artejerte 2021



Figura 24. Mochilas Vivencias Misak Fuente: Programa Patrimonio cultural Misak 2021

En ese sentido, existe una gran variedad de artículos tejidos para mujeres y hombres dentro del contexto étnico y tradicional, cabe mencionar también una influencia contemporánea en la creación especialmente de accesorios como los collares, debido a que se mezclan con materiales usado en joyería como el acero para mejorar la calidad en productos como los aretes. Como principal elemento de esta línea es la mostacilla checa que es la más usada en los procesos artesanales indígenas, actualmente se está usando también la mostacilla miyuki que es una piedra más lujosa por su precio y presentación. Como complemento están los objetos de acero que los artesanos usan en sus tejidos, pues se utilizan usualmente los ganchos de fantasía especialmente para los aretes; los ganchos, argollas o candongas de acero u otro material más resistente a los cambios del entorno permiten una mejor presentación, pero sobre todo confianza de calidad y durabilidad.

En cuanto a los colores, se puede distinguir que los accesorios propios de los Misak, se identifican con el blanco, pues, dentro de la cosmovisión indígena de la comunidad Misak, representa la esencia de pureza que como pueblo han guardado, cuya memoria es portada por las mujeres como guardianas y maestras de la identidad cultural. Es por eso que vemos los collares blancos o el color blanco usada por las mujeres Misak en su vestimenta; los colores relacionados con los diverso, con el arco iris es moderno, puesto que se han visibilizado mucho los collares conocidos como Okamas de la cultura Emberá, lo llamativo de esos colores permitió a los y las artesanas Misak acoger también su colorido en sus tejidos.

Línea accesorios

Para los accesorios nos enfocaremos en un conjunto (Collar y aretes) Colibrí que representan un ave muy distinguida por los pueblos originarios pues, es portadora de mensajes,

historias y sueños dentro del pensamiento Misak, el tejido de colibrí comprende diversidad de colores y combinaciones con materiales como el acero para formar collares,

Conjunto Colibrí
Material: Mostacilla
Diseños: aves especialmente el colibrí, segunda alternativa, flores.
Modelo: gargantilla, collares largos, aretes: mini aves, topitos o mini flores
Colores: Rojo, azul, blanco y negro que son las representativas de la bandera Misak, colores de la naturaleza que son la mayoría de los colores del arco iris.

Tabla 3. Línea Accesorios Colibrí Fuente: Autores



Figura 25. Collares en mostacilla – Colibrí Fuente: Alba Nelly Trochez 2021

Los collares en mostacilla que representan algunos elementos de la naturaleza son inmensamente llamativos, por sus colores y formas de aves como el colibrí, cuyo ser vivo de la naturaleza hace parte de las creencias y vivencias, porque algunos comportamientos animales son elementos de la sabiduría de los Misak, pues según la cosmovisión, el colibrí es portador de noticias o sentir de prevención ante sucesos futuros inesperados.

Los accesorios personales para mujeres son muy diversos y de uso cotidiano, la gran variedad de estilos y modelos permite diseñar en las piezas formas relacionadas con la

naturaleza, como, flores, aves, frutas, simbología Misak como las espirales, silueta de la vestimenta Misak, entre otros.

La combinación con los ganchos o candongas de acero en el caso de los aretes, permiten generar un aspecto más formal y elegante a la presentación de la pieza artesanal dando importancia a la calidad del producto.

Línea hogar:

Artesanía poco reconocida en el municipio debido a que hay pocos artesanos que se dedican a la talla de madera, cerámica o alfarería, en este caso la combinación de elementos de la tejeduría y la mostacilla se convierten en elementos decorativos para los espacios no solamente del hogar, para esto, la madera es la principal materia prima, porque es la forma de la pieza al cual el tejido le da la esencia cultura, pues todo conforma una idea que busca interpretar un elemento cultural.

Como se menciona, estas piezas son la unión de las tres líneas presentadas, la idea es poder generar una interpretación de la artesanía con la forma de la pieza, el tejido y los colores encaminados a un ambiente específico de las personas, ya sea en el hogar, oficina o negocio, lo importante es que podamos transmitir alegría a través de los productos decorativos que se empiecen a crear.

Decoración de espacios – Pieza artesanal de madera

Decoración artesanal:

Las piezas artesanales que la componen son: cuadros en madera, piezas colgantes, porta lápices, colgante para artesanía de mesa.

Las piezas se crean en combinación con las líneas de tejeduría y accesorios porque la principal expresión de la pieza decorativa es la artesanía tejida en miniatura.

Diseños: Los dibujos en la madera se relacionan con las formas y figuras Misak (jeroglíficos, vivencias de los Misak, música propia y la naturaleza) dibujadas en ellas a través de la técnica del pirograbado.

Materiales: madera tallada, tejeduría Misak en telar y a manos con hilos y mostacilla, Las piezas en madera se acoplan al ambiente, para el hogar, se harán piezas colgantes, cuadros de arte donde el tejido es el diseño que forma los cuadros.

Tabla 4. Línea Hogar Madera artesanal para decoración Fuente: Autores

La artesanía para el hogar u otro espacio interior comprende 3 elementos o partes que la fundamentales:

1. Pieza tallada en madera como soporte del tejido que estará exponiendo en el espacio que se va decorar.
2. Dibujo o pintura con la técnica de pirograbado plasmando un diseño representativo de la cosmovisión Misak.
3. Pieza tejida que será entre otros las siguientes: colibrí en mostacilla, chumbes, flores o formas Misak tejidas en mostacilla o lana de ovejo, mochilas, etc. Acopladas en diferentes tamaños

La inclusión de la madera es más moderna, con técnicas de pirograbado se detalla forma y figuras de la simbología propia para las piezas de accesorios y adornos.

La talla de madera es una labor ancestral del pueblo Misak que poco se comercializa, los elaboran taitas mayores que han mantenido el trabajo en sus hogares, en la actualidad las autoridades Misak en convenios con organizaciones internacionales, han llevado a cabo

proyectos de recuperación del patrimonio cultural y artesanal, de cuyo proceso se ha logrado trabajar en talla de madera para la creación de piezas para el hogar incentivando en los jóvenes la apropiación y fortalecimiento de las técnicas artesanales con madera.

El objetivo de crear piezas para el hogar es visibilizar el entorno, la vida y pensamiento de los artesanos en espacios diversos, la forma como cuidan el medio ambiente desde su trabajo, la historia que tiene para contar respecto a los elementos que crean los tejidos ancestrales Misak.

Ejemplar de servilleteros artesanales con los 3 elementos



Figura 26. Servilleteros en: talla de madera, pirograbado y tejido Fuente: Alba Nelly Trochez

Chumbes con decoración.

El chumbe es un tejido hecho en telar para hacer elaboración de accesorios, como parte de la vestimenta tradicional de las mujeres Misak, debido a la importancia que tiene para ellas es el gran significado que tiene artesanalmente, por ello los chumbes en sus diferentes formas y diseños hacen parte de los elementos de las piezas decorativas.



Figura 27. Tejeduría propia Misak de chumbes Fuente: Alba Nelly Trochez

Los chumbes actualmente se tejen con hilo industrial, la identidad propia se incorpora en sus diseños y colores representados en formas y figuras de la cosmovisión Misak; tiene usos diversos como: cinturón para las mujeres Misak, collares o diferentes accesorios o parte de piezas decorativas.

Muestra Decoración de madera

A continuación, tenemos unos ejemplos de decoración en madera artesanales, la idea es acoplar las funciones que tienen para crear y plasmar representación cultural Misak en ellas.



Figura 28. Decoración piezas de madera Fuente: Pinterest 2021

Identificamos tendencias o diseños de creaciones para decoración del hogar referentes con madera llevando a cabo procesos de nuevos diseños relacionados, cuya representación

identitaria Misak estará detallado en los dibujos y pinturas, mediante el cual se busca transmitir espacios de convivencia, memoria e historia del pueblo Misak.

Competidores

De acuerdo al estudio realizado, se ha identificado las empresas o sectores artesanales representativos del sector en Silvia y la región. Cabe mencionar que muchas artesanas mencionaron que la competencia de la artesanía Misak son la artesanía de otros pueblos como el Emberá y Wayuu, cuyo trabajo se ha distinguido en la región, por lo cual se hace el llamado de apropiar mucho más la identidad de los pueblos indígenas de Silvia y el Cauca.

Las empresas que se resaltan se mencionan a continuación: Artesanías de Colombia, Espiral Misak asociados, Arte Misak, Mundo Misak 11.

Comparación	Artesanías de	Espiral Misak	Arte Misak	Mundo Misak 11
Competidores	Colombia	Asociados		
Tejeduría Tamaño: promedio 21 cm base, 30 cm alto	Mochilas: Costo: \$170.000 - \$200.000 presentación del producto: SI	Mochilas costo: \$170.000 – \$180.000. Presentación: No	Mochilas costo: \$170.000 - \$180.000 Presentación: No	Mochilas: No
Accesorios (Relacionados con aves o flores)	Costo: \$50.000 - \$60.000 calidad, empaques, presentación: SI	Costo: \$40.000 - \$50.000 Flores: Si Colibrí: No	Costo: \$40.000 - \$50.000 Flores: Si Colibrí: No	Costo: Colibrí: No
Hogar (decoración)	Costo: Piezas Misak: No	Piezas Misak: No	Piezas Misak: No	Piezas Misak: No

Tabla 5. Competidores potenciales mercado artesanal Misak Fuente: Autores

Las empresas del sector artesanal ofrecen piezas más enfocadas en la tejeduría de lana, telar y accesorios personales, ofrecen principalmente dos de las tres líneas propuestas, no hay tanta oferta de artesanía para la decoración del hogar, u otros ambientales laborales, y no hay una vinculación activa con procesos de turismo cultural para visibilizar la labor de los artesanos.

Tamaño del mercado

ARTEJERTE tiene como objetivo llegar a múltiples departamentos del país a través del reconocimiento como marca dentro de algunos años, enfocado en los departamentos de Valle y Cauca.

De acuerdo con los el artículo Hombres y Mujeres: Brechas de Género el departamento del cauca cuenta con 1.491.936 habitantes de los cuales un 50,5% son mujeres y el 49,5% son hombres (Gobernacion de Cauca, 2020)

De acuerdo a los datos anteriores y a la información recopilada en la encuesta de segmentación de mercado podemos concluir que nuestro mercado objetivo serán las mujeres entre 21-59 años debido a que el 69,4 % de las personas encuestadas son mujeres y la mayoría se encuentra en este rango de edad, sin embargo, también se debe tener en cuenta a los hombres que también estarían dispuestos a adquirir una artesanía Misak.

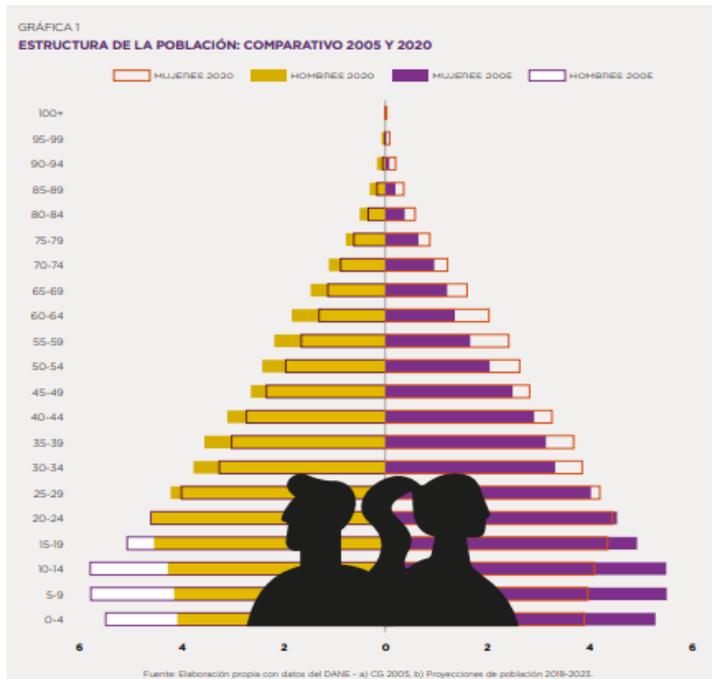


Figura 29. Estructura poblacional del Cauca en género Fuente: Gobernación del Cauca, 2020

Por otro lado, e igual de importante, nuestro mercado objetivo a nivel nacional es a través de internet, las ventas en línea a usuarios que no conocen físicamente el territorio, generando un acercamiento con una región tan diversa y cultural que motivará el sector a través de las plataformas digitales.

Estrategias de mercado

Estrategia de venta.

La estrategia de ventas para las piezas artesanales está enfocada en los clientes potenciales identificados, que son las mujeres solteras que son trabajadoras dependientes e independientes, con pareja, empresarias, estudiantes, amas de casa que buscan tener un espacio armonioso o busquen accesorios de estilo elegante de origen artesanal de la comunidad Misak de Silvia Cauca.

Para lograr conectar con los clientes y transmitir estos procesos artesanales se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- Participar en ferias regionales y nacionales donde se logre exhibir los productos
- Hacer partícipe de las ruedas de negocio que se llevan a cabo sobre procesos culturales y de emprendimiento.
- Generar alianzas con asociaciones de Silvia y el Cauca para vincular la marca con el sector del turismo cultural.
- Visibilizar mediante publicidad en redes sociales y página web que conecte al cliente a través de internet con los procesos artesanales y los productos desde la comodidad de su hogar
- Visitar universidades para resaltar la importancia de impulsar la economía local y los emprendimientos culturales de las comunidades.
- La voz a voz y las recomendaciones de las personas que han comprado las piezas artesanales Misak.

Por último, se podrán consolidar líneas de artesanías nuevas teniendo en cuenta las nuevas tendencias que se presenten, siempre manteniendo la importancia de la identidad cultural en las piezas que se creen o se fortalezcan los procesos de artesanía y turismo cultural cuya actividad permita hacer parte de los procesos de tejido a los clientes actuales y futuros.

Estrategia de precio

Para establecer una estrategia de precios apropiada para este proyecto es necesario hacer referencia a la importancia de concientizar y hacer campaña sobre el valor cultural de los procesos artesanales de las comunidades indígenas, porque ese valor es algo que no se puede

definir desde afuera, sin entender el grado de vínculo que hay con sus procesos de educación, salud, y vida desde la identidad y cosmovisión, por ello es indispensable que la carta de presentación de las piezas artesanales sea el generar y reconocer el valor simbólico que contienen para determinar precios justos y un comercio justo con los artesanos, quienes forman su calidad de vida en el desarrollo de esta actividad.

ARTEJERTE ofrecerá tres líneas de productos artesanales a las personas que buscan hacer parte de su estilo y hogar el arte hecho a mano de la comunidad Misak de Silvia-Cauca, dirigido a hombre y mujeres dentro de los estratos 1 a 5. Conforme a lo anterior, se podrá determinar el precio de cada pieza, teniendo en cuenta los siguientes factores: los costos de la pieza artesanal, estudio de mercado y análisis de la competencia.

En el costo de la pieza artesanal se calculan los costos totales para la creación de la artesanía, el cálculo del margen de utilidad y posteriormente determinar si es viable la producción de las piezas artesanales con los precios asignados (tabla de costos)

En ese camino, de acuerdo a la investigación de mercados se determinó el valor que estarían dispuestos a pagar por una pieza artesanal de la línea de tejeduría el en cual se determina que el 54,7% de está dispuesto a pagar un valor entre los \$80.000 y \$140.000 (ver figura 22), y un 7,1% estaría dispuesto a pagar más de \$140.000 por lo cual también vemos importantes realizar campañas en estratos socioeconómicos altos donde se visibilice los productos como línea de accesorios con estilo elegante o formal, y la decoración de espacios de hogar.

Respecto al análisis de los competidores donde se evidencia que las tarifas manejadas en tejeduría de mochilas están en un rango de \$160.000 a \$200.000 por una pieza la cual depende también de la presentación a la vista del cliente. Por eso la importancia de ofrecer un

precio cómo, pero profundizando en la esencia cultural, la calidad y la presentación del producto para que sea llamativo a la vista de los clientes, pero además ofrecer piezas que no son recurrentes en el mercado artesanal, el caso de las piezas para decoración es nuevo enfoque por lo que es necesario que los clientes lo usen para comprender el espacio tan diverso de los hogares, oficinas y locales para entender lo que buscan.

En ese sentido la asignación de los costos se sustenta de la siguiente manera, teniendo en cuenta buscar la rentabilidad para el negocio de acuerdo a los gastos y costos incurridos.

A continuación, se presenta los costos por cada línea de piezas artesanales identificados para el proyecto, en este caso se tienen en cuenta la materia prima, origen de los materiales, colores, horas mano de obra (encaminado a reconocer de forma justa su labor), empaques, porcentaje de utilidad en cada pieza:

Costos pieza artesanal de tejeduría - Mochila Misak				
Paquete pieza artesanal	Unidad de medida	cantidad	precio unitario	costo total
Mochila Misak tejida en lana de orig	Unidad	1	\$ 130.000	\$ 130.000
			Total	\$ 130.000
Costo total por mochila	\$ 130.000			
Margen de ganancia	50%			
Valor al cliente	\$ 195.000			

Tabla 6. Costo Pieza artesanal tejeduría Fuente: Autores

Costos pieza artesanal accesorios - Conjunto Colibrí				
Paquete pieza artesanal	Unidad de medida	cantidad	precio unitario	costo total
Collar colibrí	Unidad	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Aretes	Unidad	1	\$ 7.000	\$ 7.000
			Total	\$ 42.000
Costo total por Conjunto Colibrí	\$ 42.000			
Margen de ganancia	50%			
Valor al cliente	\$ 63.000			

Tabla 7. Costo pieza artesanal Accesorios Fuente: Autores

Costos pieza artesanal Hogar - Pieza artesanal Madera				
Paquete pieza artesanal	Unidad de medida	cantidad	precio unitario	costo total
Cuadro o sostenedor tallado en madera	Unidad	1	\$ 14.000	\$ 14.000
Pirograbado: dibujo y pintura	Unidad	1	\$ 6.000	\$ 6.000
Tejido: representación de la cultura	Unidad	1	\$ 25.000	\$ 25.000
			Total	\$ 45.000
Costo total por Pieza artesanal madera	\$ 45.000			
Margen de ganancia	50%			
Valor al cliente	\$ 67.500			

Tabla 8. Costos pieza artesanal Hogar Fuente: Autores

Para las tres líneas de piezas artesanales se contempla el precio por unidades, teniendo en cuenta que, en el caso de los accesorios o decoración, la pieza se conforma de dos o tres elementos que forma uno solo, por ende, para cada línea se plantea un margen de ganancia del 50%.

Cada línea a la que pertenece la artesanía tiene un costo relacionado a continuación: Tejeduría, las mochilas Misak un precio que oscila en los \$195.000 pesos, el juego de accesorios “Colibrí” \$67.500 pesos, y el conjunto de pieza artesanal tallado en madera \$82.500 pesos. Los productos de las líneas de artesanía son más un proceso de creación, las piezas buscan conectar a las personas con los procesos artesanales y culturales de la comunidad Misak, estas artesanías de

ARTEJERTE tiene un proceso de creación continuo, en comunicación con las personas, por ellos al momento de recibir una solicitud de tejido, se debe pagar el 50%, del precio de la pieza, posteriormente, en un avance del 70% se deberá hacer el pago total del pedido realizado.

De igual forma se costea un centro de acopio donde funciona la oficina principal de la empresa donde se inicia todo el proceso de comunicación con clientes y artesanos, la adecuación del lugar requiere instalación de muebles y equipos, costo y depreciación de los mismos.

MUEBLES DEL LOCAL, EQUIPOS DE OFICINAS Y COMUNICACIÓN									
Nombre	Marca	Cant.	P/Unitario	Costo total	Proveedor	Lugar	F. pago	Depreciad	Valor/año
Portatiles	Asus	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000	Macnetic	Popayán	Contado	10	\$ 260.000
Escritorios,	Artesanal	3	\$ 150.000	\$ 450.000	Pishi ya Asocia	Silvia	Contado	10	\$ 45.000
Sillas Oficin	Ergonomus	2	\$ 240.000	\$ 480.000	Homecenter	Cali	Contado	10	\$ 48.000
Mostrador de madera	Artesanal	3	\$ 200.000	\$ 600.000	Pishi Ya Asociación	Silvia	Contado	10	\$ 60.000
silla de madera	Artesanal	2	\$ 100.000	\$ 200.000	Pishi Ya Asociación	Silvia	Contado	10	\$ 20.000
Impresora	Epson	1	\$ 500.000	\$ 500.000	Homecenter	Cali	Contado	10	\$ 50.000

Tabla 9. Elementos para adecuación de la oficina Fuente: Autores

Proyección de la demanda

La proyección se realiza con base en la información del estudio de mercado artesanal donde se determina que en el Cauca principalmente, los meses donde más gente visita el municipio son los meses de descanso vacacional o temporadas como: Semana Santa y el mes de la mujer en marzo y abril, mes de las madres en mayo, en vacaciones de junio y julio, en el mes del amor y la amistad en septiembre y fiestas de fin de año en diciembre y carnavales de año nuevo en enero. Sin embargo, los fines de semana el municipio tiene una alta actividad turística durante todo casi todo el año. A nivel regional y nacional el comportamiento es parecido, pues las ferias culturales son en enero, marzo, abril, vacaciones de junio, noviembre y diciembre,

debido a que en esos meses se presentan actividades como ferias, carnavales, exposiciones artesanales y demás.

A continuación, se hace una proyección del número de personas que comprarán las piezas artesanales, teniendo en cuenta que los primeros meses del año habrá bajas ventas debido a que el negocio apenas inicia siguiendo un comportamiento moderado.

ITEM año 2023	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost	Septie	Octub	Novie	Dicie	2023
Volumen estimado venta	95	100	130	120	150	145	120	110	155	130	160	205	1620
Tejeduría - Mochilas Misak	30	30	40	35	45	45	40	35	50	40	50	65	505
Accesorios - Colibrí	35	40	50	45	50	50	40	40	55	45	60	70	580
Hogar - Madera artesanal	30	30	40	40	55	50	40	35	50	45	50	70	535

Tabla 10. Volumen estimado de ventas mensuales año 2023 Fuente: Autores

Para el 2024 se proyecta un aumento del cliente del 20%, para 2025 un 11% y para 2026 el 13%, teniendo en cuenta que desde 2023 se generan unos gastos que se detallan en el capital de trabajo más adelante donde se encuentra la proyección de ventas y la rentabilidad.

ITEM	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027
Línea tejeduría - Mochilas	505	606	673	760	874
Línea accesorios - Colibrí	580	696	773	873	1004
Línea hogar - Madera artes	535	642	713	805	926
Total del Volumen Estimad	1620	1944	2158	2438	2804
Incremento	100%	20%	11%	13%	15%

Tabla 11. Volumen estimado de ventas anuales Fuente: Autores

Lugar

El lugar donde se va ubicar físicamente ARTEJERTE, es el municipio de Silvia, donde se da origen a la artesanía del pueblo Misak, donde se sueña, se habla, se transmite y se crea cada diseño y cada pieza; es muy importante que exista esa cercanía con el territorio para incentivar al

comprador a comprar y conocer parte de la historia que mantiene vivo el patrimonio cultural en inmaterial de los pueblos indígenas.

Promoción

Para llevar a cabo el negocio artesanal, se llevarán a cabo las siguientes estrategias teniendo en cuenta los medios de comunicación más usados en la actualidad como fuente principal para dar a conocer la marca:

- Mercado directo: es fundamental crear espacios de comunicación directa con los clientes y los procesos que realicemos con las y los artesanos Misak desde el local físico donde sea más visible el centro de llegada del turismo, PENDIENTE
- Mercado web: la principal actividad de comercialización de la empresa será a través de internet, plataformas muy utilizadas como Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, TikTok; donde se comparta el proceso de comercio que se lleva a cabo en ARTEJERTE, mostrando la ubicación, función, actividades de la empresa con los exponentes de la artesanía Misak dentro del territorio.

Logo



Figura 30. Logo de la empresa Fuente: Autores 2021

El logo de nuestra empresa artesanal expresa el arte del tejido por medio del telar, una labor y una herramienta que acompaña el proceso de formación de las artesanas durante su vida, nos invita a disfrutar los seres que habitan el ambiente de vida que rodea a los Misak, aquellos seres como el colibrí que son portadores de buenas y malas noticias, buscando mantener esas memorias, palabras para conectarnos con esas historias.

Slogan

“Pensar, Sentir, Tejer Memorias Misak”

Política de servicio

La política de servicio de Artejerte para sus clientes estará enfocado en las personas que buscan apoyar el comercio justo desde los territorios, aportar en la conservación del patrimonio cultural y compartir experiencias culturales con las comunidades a través del mercado artesanal.

A continuación, se mencionan:

Para acceder a nuestro servicio en local de forma presencial, es necesario contar con los elementos de bioseguridad contemplado en las normas de salud, saber y tener la responsabilidad de las vacunas y cuidados cuando se visitan las comunidades, con respeto a la integridad y vida de las personas dentro y fuera de los territorios donde habita la comunidad Misak.

Para ARTEJERTE es muy importante que los clientes estén satisfechos con los productos artesanales, no obstante, en el caso de las compras en línea, podrán solicitar cambios de diseño o color, en los 10 días siguientes de recibido el envío, para ello el producto debe estar en perfectas condiciones, que no sea una pieza personalizada y presentar el documento de la compra realizada por internet en el local físico o al correo artejertemisak@gmail.com.

El proceso de envío para cambio o devolución físico se deberá hacer en local principal de Artejerte en el municipio de Silvia, en caso de estar en otra región, los gastos del envío correrán por cuenta del cliente y no serán reembolsables.

El producto se debe enviar de la misma forma en que fue enviado al cliente. El tiempo de envío del nuevo producto dependerá de la disponibilidad de los productos, ubicación u otro que se presente.

Protección de datos

Política de privacidad

De conformidad con la ley 1581 de 2012, ARTEJERTE garantiza la protección y seguridad de los datos personales de los clientes a través de la política de protección de datos. Además, asegura el no compartir, vender o alquilar información personal de los clientes a empresas o personas sin previo consentimiento del titular, a excepción de tener una orden judicial.

Para ARTEJERTE es muy importante la seguridad de nuestros clientes, por ello nos comprometemos en cuidar los datos personales con estrictas medidas que garantizan los pagos, envíos y manejo de la información.

La información personal en poder de nuestra empresa tendrá los siguientes fines establecidos:

- Como prueba de la relación contractual
- Oferta de servicios relacionados con las piezas artesanales
- Programas de fidelización, publicidad y marketing
- Estudios de preferencia a productos artesanales
- Oferta de nuevos productos

- Estudio de valoración de la calidad de los productos

La política de privacidad de datos aplica para las personas o clientes como personas naturales, no a personas jurídicas.

ANÁLISIS TÉCNICO

Proceso de prestación del servicio

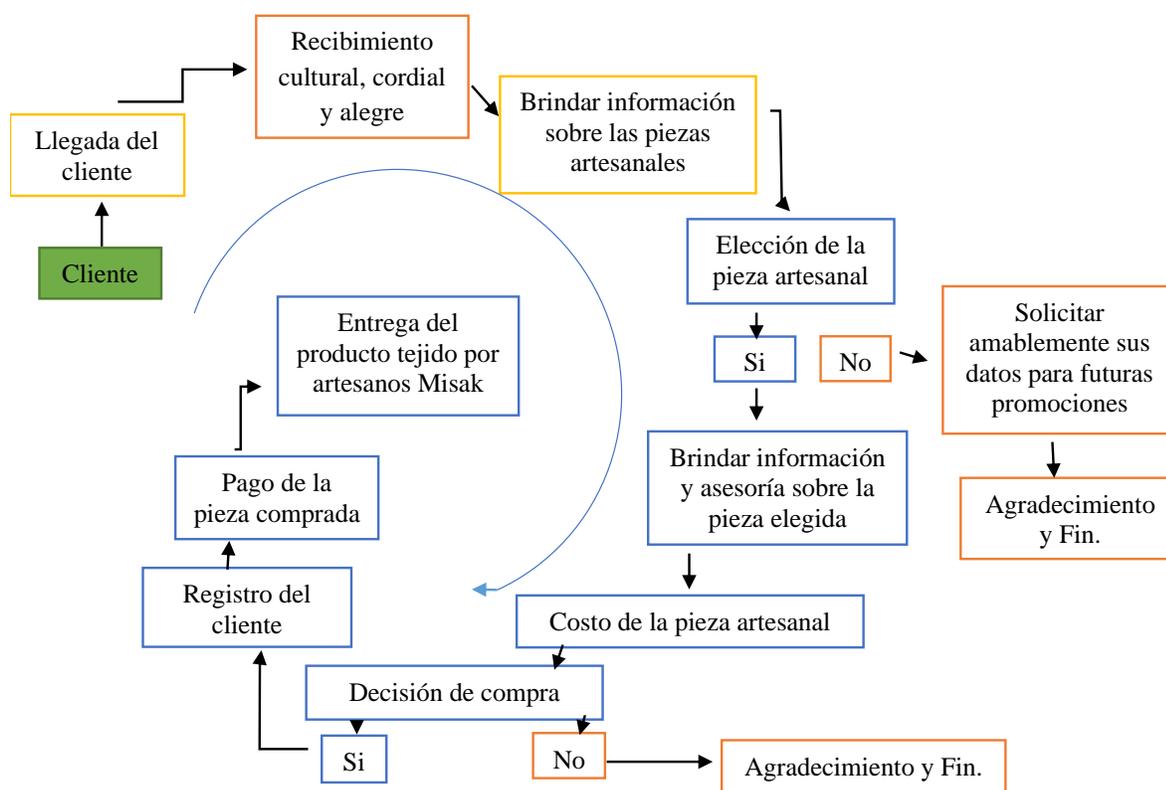


Figura 31. Proceso de prestación del servicio de venta Fuente: Autores

El proceso de prestación del servicio se llevara a cabo desde el momento en que el cliente se comunica con la marca, ya sea a través de internet, redes sociales, publicidad voz a voz, recomendaciones, o cualquier medio por donde se haya enterado, el proceso en el local principal

de ARTEJERTE, es que culturalmente habrá un espacio de saludo cultural, teniendo en cuenta la espiritualidad de la cosmovisión Misak a través de las plantas medicinales, seguidamente se dará la información sobre el proceso que se realiza con los artesanos, en cuanto a diseño y calidad y la conexión que hay en sus espacio de trabajo dentro del territorio, en caso de buscar algo personalizado se indica el proceso y fechas de entrega, explicación sobre los métodos de pago, para que finalmente el cliente reciba un servicio armonioso; en cuanto a la comunicación por internet, se hará a través de video explicativos de los procesos artesanales y video llamada directa con la persona asesora.

Proveedores

Los proveedor de ARTEJERTE serán las y los artesanos independientes y las asociaciones artesanales Misak que se dedican a la producción de materiales como la Lana natural y posterior tejeduría, tejido de accesorios en mostacilla para la línea de Colibríes, asociación de artesanos en talla de madera y artesanía con madera, además de los que nos permiten generar interacción comercial y cultural de turismo para impulsar la producción artesanal Misak en el mercado.

PROVEEDOR	BIEN/SERVICIO	CIUDAD/UBICACIÓN	DATOS DE CONTACTO
Magnetic	Equipos de oficina: Portátiles, impresora,	B/ Bolívar Popayán	Centro Comercial La Estación
Homecenter	muebles de oficina.	Cali	Cali- centro comercial Jardín Plaza
Asociación Multiactiva Espiral Misak	produccion y elaboración de Lana de ovejo y tejeduría en telar y Mochilas Misak	Resguardo de Guambía	Casco urbano de Silvia: cecilia.tombemisak@gmail.com
Artesanas/os Independientes	Tejeduría de Mochilas, Accesorios	Resguardo de Guambía	Veredas: El pueblito, San Fernando, Casco Urbano
Asociación Pishi Ya Programa Patrimonio Cultural Misak	Trabajo en Talla de madera y alfarería Misak - Muebles en Madera	Resguardo de Guambía	Casa Cabildo Indígena de Guambía-programa Patrimonio Cultural Misak
Mundo Misak 11	Elaboración de objeto decorativo de madera y accesorios	Resguardo de Guambía	Vereda Las Decilias - Resguardo de Guambía
Asociación Jardín Botánico Las Delicias	Proceso de turismo cultural, espacio de creación y recuperación de saberes propios Misak desde los espacios de diálogo alrededor del Fogón	Vereda Las Delicias- Resguardo de Guambía	Territorio Misak, Vereda Las Delicias. Correo: waramik10@gmail.com
Inter rapidismo S.A.	Servicio de Envíos Nacionales	Silvia - Cauca	Frente al parque principal de Silvia, esquina del terminal.

Tabla 12. Proveedores de ARTEJERTE Fuente: Autores

Distribución local

A continuación, se muestra la forma como estará distribuido el local donde también estará la oficina administrativa de ARTEJERTE.



Figura 32. Planos del local de venta y la oficina Fuente: Autores 2021

Al momento de que el cliente ingresar al local lo recibirá el auxiliar de ventas con el objetivo de asesorar su compra y guiarlo por los mostradores, durante este proceso el auxiliar le indicará las líneas que manejamos, sus procesos, artesanos, origen y diseños, por lo que el encargado de asesorarlo debe tener ese conocimiento de la artesanía Misak; si lo requiere podrá el cliente podrá solicitar una charla corta sobre una pieza en específico, para conocer su historia o la de los artesanos, dando a entender de este modo el gran valor cultural de cada proceso artesanal. Si decide llevar uno de los productos disponibles el auxiliar de ventas lo guiará para proceder a indicarle los medios de pago y empaclar su producto, en caso de requerir una pieza personalizada, podrá dirigirse a la oficina de diseño y calidad para dejar su solicitud y cuadrar fechas en las que ARTEJERTE se estará comunicando para informarle el avance de su pedido.

Le indicará también que en cuanto su pieza se empiece a tejer deberá cancelar el 50% del valor de la artesanía que ha encargado.

Plan de implementación

La fecha estimada para el inicio de las operaciones es enero de 2023, del mes de junio a diciembre de 2022, se tiene previsto la programación de las actividades de implementación previas al lanzamiento oficial de ARTEJERTE.

A partir de junio de 2022 se inicia la implementación de los siguientes procesos: alquiler y adecuación del local durante el mes de junio y julio; la adquisición de equipos y muebles para el local en los meses de agosto; contratación del equipo administrativo y diseño cuya labor inicia con la creación del plan de trabajo con los artesanos que se llevará a cabo dentro de sus territorios, cabe mencionar que ARTEJERTE hará acompañamiento al proceso de diseño, calidad, metas y disponibilidad de materia prima en los meses septiembre a noviembre último, en el mes de diciembre se hará visible en campañas publicitarias para el lanzamiento en enero de 2023.

 Cronograma de Implementación de ARTEJERTE								
Actividad	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviemb	Diciembr	ene-23
Alquiler y adecuación de local	X	X						
Adquisición de equipos de oficina, muebles y decoración			X	X				
Contratación del equipo administrativo y de diseño, Plan de trabajo con artesanos				X	X	X		
Visibilización con campañas publicitarias							X	
Lanzamiento de ARTEJERTE								X

Tabla 13. Cronograma de implementación Fuente: Autores

ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

La estructura organizacional de Artejerte proyectada a 5 años, se acoge al área estratégica, táctica y operativa de la organización artesanal para el fomento del patrimonio artesanal Misak, en ese sentido el organigrama manifiesta la participación de 5 personas que son dos socios y dos personas a cargo de la parte administrativa y contable, una persona en ventas que será asignado por la asociación artesanal con que realice convenio, debido a que esta persona sería un artesano o artesana con conocimiento sobre los procesos propios que guíen y orienten al comprador.

Socios

Socio No 1	Alba Nelly Trochez, contará con la participación del 50% en la toma de decisiones de la organización.
Perfil	Contadora Pública, Artesana Indígena Misak
Habilidades y capacidades	Soy promotora de los procesos artesanales propios, orientada al cumplimiento de las metas, me gusta rodearme de personas activas, positivas y responsables con el fin de que el trabajo en equipo fluya efectivamente.
Socio No 2	Katherin Vanessa Velasco, contará con la participación del 50% en la toma de decisiones de la organización
Perfil	Contadora Pública, Tecnóloga en Negocios Internacionales
Habilidades y capacidades	Soy una persona que trabaja con entusiasmo en los procesos organizacionales, enfocada en el cumplimiento de las metas, con responsabilidad e ideas claras y buen trabajo en equipo.

Tabla 14. Socios de Artejerte Fuente: Autores

ORGANIZACIÓN

Organigrama.

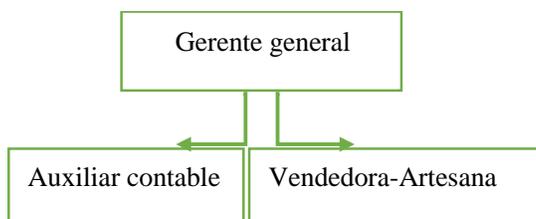


Figura 33. Organigrama ARTEJERTE Fuente: Autores

Perfil del cargo

Gerente General

Tipo de contrato	Indefinido
Política salarial	Mensual
Monto Salarial para el empleado	\$950.000
Perfil	Profesional en áreas administración o áreas afines al sector manufacturero, cuya experiencia se relaciones con el sector cultural, emprendimiento cultural, buen manejo de personal y trabajo en equipo, con conocimientos y habilidades en comunicación y marketing digital.
Funciones	Diseñar el programa para fomentar el sector artesanal, desarrollo y supervisión de estrategias de mercadeo y procedimientos digitales de mercadeo;

Tabla 15. Perfil del Gerente general Fuente: Autores

Auxiliar contable

Tipo de contrato	Indefinido
Política salarial	Mensual
Monto Salarial para el empleado	\$800.000
Perfil	Técnico, tecnólogo en contabilidad o profesionales de 5to semestre de Contaduría con experiencia en áreas afines al sector manufacturero, con el sector cultural o emprendimiento cultural, buen manejo de herramientas tecnológicas y trabajo en equipo, sociable, empático, respetuoso.

Funciones	Funciones del área contabilidad, área comercial en ocasiones, funciones relacionadas con las estrategias de marketing enfocadas en la promoción de la artesanía.
------------------	--

Tabla 16. Perfil del auxiliar contable Fuente: Autores

Encargada de Ventas - Artesana

Tipo de Trabajo	Se llevará a cabo un convenio con una Asociación artesanal de la comunidad Misak, para aportar talento humano que oriente y guie a los clientes sobre la compra y los procesos artesanales, de esta forma el cliente pueda tener un contacto con las personas que conocen de primera mano los procesos artesanales de la comunidad Misak.
Perfil	Artesana Indígena Misak
Funciones	Funciones de ventas, compartir los procesos artesanales con los clientes, orientar compras

Tabla 17. Perfil de vendedor Fuente: Autores

Los salarios correspondientes a los empleados corresponden a contratos ya sea fijos o indefinidos los cuales se liquidará con porcentajes de seguridad social conforme a la ley.

Seguridad social	Porcentaje de aplicación
Salud	8,5%
Pensión	12%
ARL	0,52%
Parafiscales	9%
Prima	8,33%
Cesantías	8,33%
Intereses a la cesantía	12%
Vacaciones	4,16%

Tabla 18. Tabla porcentual de aportes Fuente: Autores

Referente a los salarios de los administrativos, los aumentos posteriores se harán conforme al porcentaje mínimo que menciona la normatividad, o conforme al IPC de año anterior según sea el caso. Los contratos también componen la liquidación de la seguridad social

conforme en los dispuesto en el régimen laboral, toda la estructura de gastos administrativos se encuentra en el capítulo 7.

ANÁLISIS LEGAL

Tipo de sociedad.

La empresa artesanal Misak ARTEJERTE se creará como una Sociedad por Acciones Simplificada, las S.A.S fueron acogidas por la legislación colombiana en la ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, cuyo propósito es simplificar y crear nuevas estructuras jurídicas que se adapten a las nuevas necesidades de los empresarios, los cuales describiremos a continuación y son fundamentales para la conformación de este tipo de empresa:

- Es una sociedad de capital, de naturaleza comercial conformada por una o varias personas naturales o jurídicas.
- Se puede constituir mediante un documento privado, no es necesario que sea constituida a través de escritura pública.
- Puede tener un número de socios ilimitados, no existe un máximo de socios especificado.
- Las acciones de este tipo de sociedad no pueden ser negociadas en la bolsa de valores
- No están obligadas a constituir una reserva legal, solo dependerá de los estatutos de cada empresa (congreso de la república de Colombia, 2008)

Procedimiento para la conformación de la sociedad

ARTEJERTE se creará por un documento privado que debe ser autenticado en la notaría, proceso que debe realizarse por los socios, luego debe presentarse la carta de aceptación del

representante legal con el documento autenticado ante la cámara de comercio del cauca-sede Popayán para su respectiva inscripción.

También se debe solicitar a la Dian el Registro Único Tributario (RUT), el Número de Identificación Tributaria (NIT) y la obtención de la firma digital del representante legal.

El representante legal deberá abrir una cuenta bancaria de la sociedad.

Y por último debe hacerse el registro de los libros de comercio (de accionistas y actas de la asamblea) ante la cámara de comercio del Cauca.

Implicaciones tributarias.

Una S.A.S. tiene las mismas responsabilidades tributarias que cualquier sociedad comercial, ARTEJERTE será responsable de las siguientes obligaciones tributarias:

- Deberá inscribirse a al RUT y declarar renta anualmente

De acuerdo con el inciso primero del *artículo 240 del Estatuto Tributario –ET* modificado por el *artículo 92 de Ley 2010 de 2019*, la tarifa general del impuesto de renta para personas jurídicas en el año gravable 2021 será del 31 %.

Para el año 2022 aplicará una tarifa del 35% de acuerdo a la ley de inversión social 2155 de 2021. (ACTUALICESE, 2021)

- Responsable de industria y comercio
- Responsable de IVA (cuando se comercialice productos gravados con IVA)
- Debe expedir facturas
- Está obligado a llevar contabilidad

- Debe tener revisor fiscal de acuerdo al monto de sus ingresos, por el momento no debemos tener uno, debido a que aún no cumplimos con los montos requeridos.

Implicaciones laborales

ARTEJERTE tiene la obligación de cumplir con todas las normas vigentes en cuantos a sus trabajadores se refiere, teniendo en cuenta las disposiciones que se encuentran en el código sustantivo del trabajo.

El empleador al firmar un contrato laboral queda obligado a pagar un salario, las prestaciones sociales a las que tiene derecho cada trabajador: prima de servicios, cesantías e intereses a la cesantías, auxilio de transporte, vacaciones y dotación, la seguridad social integral: salud, pensión y ARL. (ACTUALICESE, 2020)

Además, debe pagar los aportes parafiscales por cada empleado (caja de compensación, SENA, ICBF.)

Trámites y permisos

Los trámites que se deben realizar para el funcionamiento comercial de ARTEJERTE son los siguientes:

1. Ante la DIAN: Registro único tributario (RUT).
2. Cámara de industria y comercio: presentar formulario de inscripción al RUT, formulario del registro único empresarial RUES y los otros formularios disponibles.
3. Alcaldía de Silvia: uso de suelos, certificado de seguridad expedido por los bomberos.
4. INCONTEC: sello de calidad de “HECHO A MANO”.

Costos asociados a los permisos a solicitar

Los tramites mencionados en el punto anterior el registro único tributario es gratuito, la inscripción a cámara de industria y comercio del Cauca tiene un costo de \$ 38.000 pesos y se requiere el pago del certificado de seguridad a los bomberos que tiene un costo de 2 SMDLV que equivale a \$ 66.666 pesos.

Estímulos existentes

De acuerdo con la ley 1780 del 2016, que promueve el emprendimiento joven, las personas naturales o jurídicas que conformen una empresa a partir del 2 de mayo de 2016 y cumplan con los siguientes requisitos (tener entre 18-35 años, que tenga entre 0-50 trabajador, activo totales no superiores a 5000 SMMLV) pueden acceder a los beneficios de:

- Exención o descuento del 100% de la matricula mercantil durante el primer año.
- Descuento del 100% en la renovación del segundo año. (COLOMBIA, 2016)

Impuestos municipales

Los impuestos municipales de Silvia- Cauca relacionados a el establecimiento para la comercialización de artesanías MISAK: industria y comercio, avisos y tableros.

ANÁLISIS SOCIAL Y AMBIENTAL

Análisis social

Efectos positivos para la comunidad

Los impactos positivos esperados con la puesta en marcha de la empresa ARTEJERTE para los artesanos Misak y en general la comunidad en el municipio de Silvia, son la de

incentivar la actividad artesanal Misak, fortaleciendo sus narrativas históricas a través de los tejidos aplicando procesos de calidad, diseño y presentación para del mercado. Con ARTEJERTE se busca crear iniciativas de generación de valor en las piezas artesanales cuya recuperación cultural de la memoria sea importante para los clientes y apoye la labor artesanal que en gran medida es un trabajo familiar que constituye su fuente de ingresos, por ende, la aplicación de estrategias de marketing permitirá expandir el mercado de artesanías Misak y mejorar el ingreso de las familias y asociaciones del sector, cuyos ingresos también son reasignados a trabajos comunitarios agropecuarios para su seguridad alimentaria. Además, el proceso de muestras culturales busca motivar a los clientes a visitar el municipio y a la comunidad Misak en las actividades de turismo cultural que están constituidas, porque la empresa va reflejar la riqueza cultural Misak en los tejidos que motivarán a los clientes a vivir la experiencia personalmente visitando el municipio.

Las estrategias de reconocimiento que se aplicarán permiten que los clientes, turistas, y personas interesadas se adentren a los territorios a través de la artesanía como símbolo de la identidad Misak, y a través de internet poder conectarse con las tradiciones vivas de los Misak, sus procesos de resistencia, cuidado de la tierra, generando conciencia del aporte a la economía local de forma sostenible.

Poder impulsar el mercado de artesanía Misak en otros lugares también motiva a la juventud artesana, a aprender los oficios de los mayores, de crear ideas, estudiar y trabajar por las actividades económicas propias de su pueblo que cumple con un objetivo principal, la de recuperar y fortalecer la identidad cultural a través del tiempo y por medio del arte manual

A través de la artesanía como alternativa económica propia, socialmente sostenible se busca que inversionistas apoyen la artesanía y el turismo cultural que apropian a las comunidades

sobre su riqueza cultural y patrimonial, inversiones en las asociaciones artesanales y turísticas para promover ambos sectores.

Efectos negativos para la comunidad

Se puede generar una desconfianza por la intermediación en la comercialización de las piezas artesanales, siendo la actividad de Artejerte un proceso de posicionamiento de marca en nuevos mercados, sin embargo, la empresa irá de la mano con los artesanos en el acompañamiento y capacitación de nuevos procesos de producción, destinando recursos a la aplicación de proyectos agropecuarios, de cuidado del medio ambiente y demás que se afecte con la producción de la materia prima natural.

Análisis ambiental

Para disminuir los efectos ambientales en los procesos de artesanía con madera extraído de árboles nativos, se realizarán evaluaciones periódicas sobre el impacto ambiental generados en los procesos de producción de los artesanos, haciendo seguimiento para establecer medidas de prevención, control, mitigación y compensación al medio ambiente, siendo este un espacio vital de la comunidad Misak. En ese sentido, habrá un plan de trabajo enfocado en la protección de la diversidad natural, empoderando a los artesanos y artesanas a estar monitoreando los posibles impactos durante el tiempo que van trabajando.

El riesgo que se puede presentar para los artesanos es con respecto al manejo de herramientas cortopunzantes, como las agujas usadas en el tejido de la mostacilla o las mochilas y las usadas en talla de madera, puede ocurrir accidentes por lo que habrá capacitaciones en primeros auxilios, bienestar laboral para evitar y manejar los imprevistos que se pudieren presentar en sus talleres.

ANÁLISIS ECONÓMICO

Capital de trabajo

El capital inicial para desarrollar el trabajo de ARTEJERTE y su funcionamiento como una empresa, requiere de un aporte inicial por parte de los socios de \$15.000.000 quince millones de pesos colombianos, el porte inicial cubre las necesidades de gastos preoperativos para la organización y montaje de las instalaciones de la empresa.

A continuación, se evidencia el comportamiento del capital de trabajo durante los primeros 6 meses del primero año (2023), donde evidenciamos un crecimiento positivo durante el primer semestre de \$5.342.457.

CAPITAL DE TRABAJO PROYECTADO A SEIS MESES								
ITEM		AÑO 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Caja Inicial			4.920.000	4.377.299	3.787.932	4.283.565	4.212.531	5.248.997
Ingresos Netos			10.080.000	10.395.000	13.650.000	12.360.000	15.637.500	15.300.000
TOTAL DISPONIBLE			15.000.000	14.772.299	17.437.932	16.643.565	19.850.031	20.548.997
Inversion en Equipos de Oficina		4.830.000						
Gastos por nomina			2.694.784	2.694.784	2.694.784	2.694.784	2.694.784	3.661.956
Gastos de Operación			572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917
Gastos de Admon y Ventas			483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333
Gastos compra de materia prima			6.871.667	7.233.333	9.403.333	8.680.000	10.850.000	10.488.333
Gastos preoperativos diferidos		5.250.000						
Adecuacion del Local	1.000.000							
Publicidad lanzamiento de la empresa	2.000.000							
Equipo de Oficina	4.830.000							
Investigacion del mercado	1.000.000							
Desarrollo Web	1.000.000							
Gastos de Constitucion	250.000							
TOTAL EGRESOS		10.080.000	10.622.701	10.984.367	13.154.367	12.431.034	14.601.034	15.206.539
NETO DISPONIBLE		- 10.080.000	4.377.299	3.787.932	4.283.565	4.212.531	5.248.997	5.342.457
Aporte de Socios		15.000.000						
Prestamo		-						
CAJA FINAL		4.920.000	4.377.299	3.787.932	4.283.565	4.212.531	5.248.997	5.342.457

Tabla 19. Capital de trabajo a seis meses Fuente: Autores

Presupuesto de gastos preoperativos

GASTOS PREOPERATIVOS - diferidos	
Adecuacion del Local	1.000.000
Publicidad de lanzamiento de la empresa	2.000.000
Equipo de Oficina	4.830.000
Investigacion del mercado	1.000.000
Desarrollo Web	1.000.000
Gastos de Constitucion	250.000
TOTAL	10.080.000

Tabla 20. Presupuesto inicial ARTEJERTE Fuente: Autores

La empresa ARTEJERTE iniciará actividades de operación el 1 de enero de 2023, para lo cual requiere un aporte inicial de por parte de los socios por \$15.000.000 quince millones de pesos. Dentro de la relación de gastos preoperativos más representativos o de mayor costo son los equipos de oficina, puesto que se requiere la compra de 3 escritorios pequeños, 2 sillas, impresora y 3 portátiles para la labor administrativa; para la zona de ventas se requiere de 3 mostradore, 2 sillas de espera, además de la publicidad para el lanzamiento de la empresa y adecuaciones del local.

Presupuesto de gastos operativos

En los periodos comprendidos entre el 2023 a 2027 se presupuesta los siguientes gastos de operación para ARTEJERTE, en el cual se identifica un porcentaje promedio de gastos fijos y variable del 86% y 14% respectivamente.

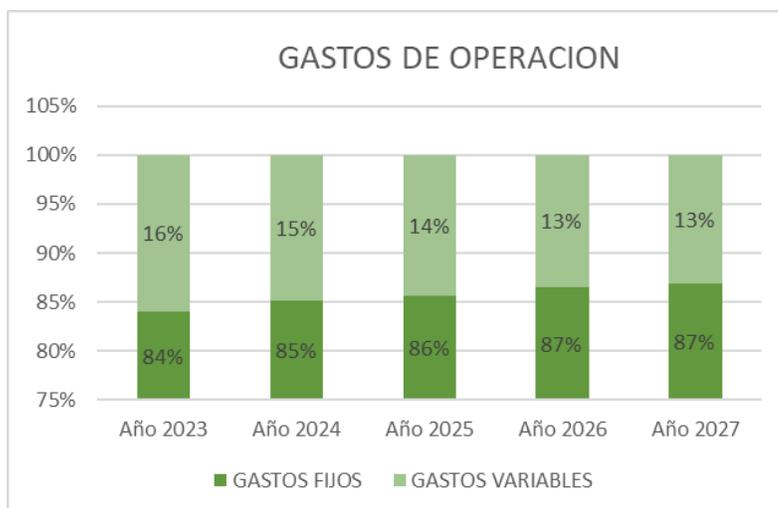


Tabla 21. Porcentaje de participación por tipo gastos operativos Fuente: Autores 2021

GASTOS DE OPERACIÓN	Mensual	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
Arriendo	380.000	4.560.000	5.160.000	5.760.000	6.360.000	6.960.000
Servicios Públicos	70.000	840.000	960.000	1.080.000	1.200.000	1.320.000
Servicio de Internet	50.000	600.000	660.000	720.000	780.000	840.000
Elementos de Aseo Oficina	25.000	300.000	360.000	420.000	480.000	540.000
Bomberos		75.000	76.500	78.030	79.591	81.182
Impuestos Locales		800.000	816.000	832.320	848.966	865.946
Gastos de Instalacion y Adecuación		250.000	262.500	275.625	289.406	303.877
Resgistro Mercantil		250.000	270.000	320.000	320.000	370.000
Dereciacion de Equipos		483.000	483.000	483.000	483.000	483.000
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN		8.158.000	9.048.000	9.968.975	10.840.963	11.764.005
GASTOS FIJOS		6.858.000	7.699.500	8.541.030	9.382.591	10.224.182
GASTOS VARIABLES		1.300.000	1.348.500	1.427.945	1.458.373	1.539.822

Tabla 22. Presupuesto de gastos operativos fijos y variables Fuente: Autores 2021

En este presupuesto resalta más los gastos fijos, en el cual se encuentra principalmente el pago de arrendamiento, servicios públicos como energía y agua; los gastos variables se generan en una menor cuantía.

GASTOS DE OPERACIÓN	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	PROMEDIO
Arriendo	56%	57%	58%	59%	59%	58%
Servicios Públicos	10%	11%	11%	11%	11%	11%
Servicio de Internet	7%	7%	7%	7%	7%	7%
Elementos de Aseo Oficina	4%	4%	4%	4%	5%	4%
Bomberos	0,9%	0,8%	0,8%	0,7%	0,7%	1%
Impuestos Locales	10%	9%	8%	8%	7%	8%
Gastos de Instalación y Adecuación	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Registro Mercantil	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Dereciación de Equipos	6%	5%	5%	4%	4%	5%

Tabla 23. Porcentaje de gastos de operación Fuente: Autores 2021

En la anterior tabla podemos identificar el porcentaje de participación de los gastos operativos dentro del total, en ella podemos ver que el arriendo es el más alto con un promedio de 58%, seguido por servicios públicos con el 11% y los impuestos locales con el 8%.

Presupuesto de gastos de administración y ventas

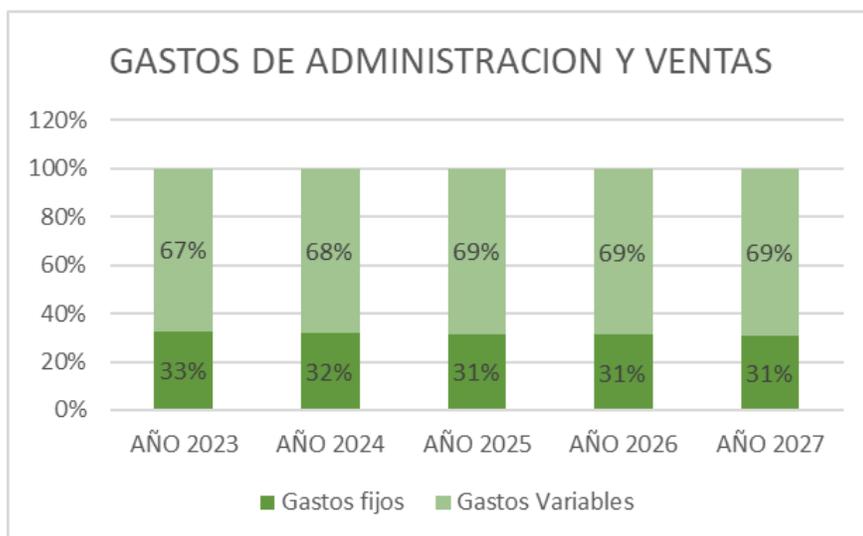


Tabla 24. Porcentaje gastos administrativos y ventas en fijos y variables Fuente: Autores 2021

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027
Estrategias Marketing	2.100.000	2.205.000	2.271.150	2.339.285	2.409.463
Asesoría Contable	1.500.000	1.545.000	1.591.350	1.639.091	1.688.263
Ferías y eventos	1.000.000	1.030.000	1.060.900	1.092.727	1.125.509
Gastos Papelería	400.000	412.000	424.360	437.091	450.204
Empaques y presentación	800.000	960.000	1.056.000	1.172.160	1.312.819
TOTAL GASTOS DE ADMIN Y VENTAS	5.800.000	6.152.000	6.403.760	6.680.353	6.986.258
Gastos fijos	1.900.000	1.957.000	2.015.710	2.076.181	2.138.467
Gastos Variables	3.900.000	4.195.000	4.388.050	4.604.172	4.847.791

Tabla 25. Presupuesto de gastos administración y ventas Fuente: Autores 2021

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	PROMEDIO
Estrategias Marketing	36%	36%	35%	35%	34%	35%
Asesoría Contable	26%	25%	25%	25%	24%	25%
Ferías y eventos	17%	17%	17%	16%	16%	17%
Gastos Papelería	7%	7%	7%	7%	6%	7%
Empaques y presentación	14%	16%	16%	18%	19%	16%

Tabla 26. Porcentaje de participación de los gastos administrativos Fuente: Autores

El promedio de gastos para administración y ventas está compuesto por los siguientes rubros:

- Un 35% son gastos en implementación de publicidad y marketing digital, por la importancia que tiene el proyecto en buscar nuevos mercados y fortalecer los existentes, así como también en temáticas de diseño, calidad, pintura e imagen, para ello se define que el 3% de las utilidades de cada año se destinarán a los procesos de marketing digital, mercado, presentación buscando generar valor a las piezas artesanales, debido a que es el rubro más significativo e importante.

- Un 25% se refiere a gastos por asesoría contable y financiera, para este gasto se establece destinar \$125.000 mensuales que se compone del análisis de estados financieros lo cuales se incrementan conforme al porcentaje de inflación.
- Un 17% corresponde a gastos en ferias y eventos, los cuales se refieren a los gastos en que se incurre por la participación en ferias y eventos, alojamientos y transporte, para esto se define destinar un 2,5% de los ingresos anuales que permite a los representantes visibilizar los procesos artesanales de la marca.
- Un 16% corresponde a gastos de empaques y presentación de los productos, puesto que la imagen del producto es indispensable para crear acercamientos con los clientes. Para ello se define destinar un 2% de los ingresos anuales a ese proceso.

Gastos de nómina

Para lo correspondiente a la nómina de ARTEJERTE por los periodos de 2023 a 2027, la componen los siguientes cargos:

Nombre del cargo	Salario
Gerente general	\$900.000
Auxiliar contable	\$800.000

Tabla 27. Gastos de nómina Fuente: Autores 2021

El primer año los salarios están por debajo del SMMLV por tener pocas utilidades, para el año siguiente el incremento salarial corresponde al 3% durante cada periodo entre 2023 a 2027 para los dos cargos definidos.

Para el 2024 se asignará una artesana perteneciente a una asociación artesanal como parte del equipo de trabajo remunerado como auxiliar de ventas.

PRESUPUESTO DE NÓMINA

CARGOS Y CONCEPTOS	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027
Tota salario mensual	1.700.000	1.751.000	1.803.530	1.857.636	1.913.365
Total auxilios de transporte	2.812.128	2.896.492	2.983.387	3.072.888	3.165.075
Total salarios anuales	20.400.000	21.012.000	21.642.360	22.291.631	22.960.380
Total prestaciones sociales	4.738.031	4.880.172	5.026.578	5.177.375	5.332.696
Total seguridad social	6.965.280	7.174.238	7.389.466	7.611.150	7.839.484
total aporte parafiscales	2.160.000	2.224.800	2.291.544	2.360.290	2.431.099
Total carga prestacionales	13.863.311	14.279.211	14.707.587	15.148.815	15.603.279
Total costo de la nómina	37.075.439	38.187.703	39.333.334	40.513.334	41.728.734
Prima de Junio	967.172	996.187	1.026.073	1.056.855	1.088.561
Prima de Diciembre	967.172	996.187	1.026.073	1.056.855	1.088.561
Vacaciones Diciembre	850.000	875.500	901.765	928.818	956.682
Cesantias Febrero	1.934.344	1.992.374	2.052.146	2.113.710	2.177.121
Intereses Cesantias feb	19.343	19.924	20.521	21.137	21.771
pago otros meses	32.337.408	33.307.530	34.306.756	35.335.959	36.396.038
Pago fijo mensual	2.694.784	2.775.628	2.858.896	2.944.663	3.033.003

Tabla 28. Presupuesto de nómina Fuente: Autores 2021

Proyección de ventas

19. ¿con qué frecuencia comprarías una artesanía?

170 respuestas

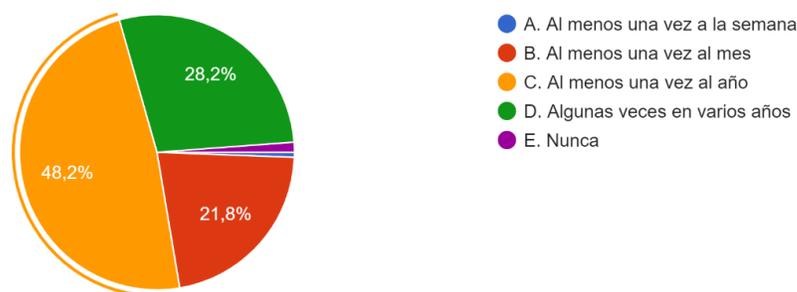


Figura 34. Pregunta: ¿con qué frecuencia comprarías una artesanía? Fuente: Autores

La estimación de las ventas se parte del estudio realizado al mercado artesanal de artesanías Misak, a la pregunta ¿con qué frecuencia compraría una artesanía? El 21,8% que

corresponde a 37 encuestado responde que al menos una vez pro mes, y el 48,2% que son 82 personas, al menos una vez al año.

De igual forma la visita de turistas al municipio y el departamento va en aumento después de la pandemia del covid-19; para esta proyección de ventas se toma como cantidades mínimas de 30 a 35 ventas mensuales por cada línea de productos tratando de hacer una estimación razonable y moderada.

De acuerdo a la encuesta realizada a los posibles clientes, la estimación de ventas resalta los productos de las mochilas con 59,4%, accesorios 34,7%, piezas decorativas para el hogar 31,2%, sin embargo, tenemos en cuenta la capacidad de productiva de las comunidades artesanas, por lo tanto, la proyección estimada de ventas del primer año es el siguiente:

ITEM año 2023	Ener	Febr	Marz	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost	Septie	Octub	Novie	Dicier
Volumen estimado venta	95	100	130	120	150	145	120	110	155	130	160	205
Tejeduría - Mochilas Misak	30	30	40	35	45	45	40	35	50	40	50	65
Accesorios - Colibrí	35	40	50	45	50	50	40	40	55	45	60	70
Hogar - Madera artesanal	30	30	40	40	55	50	40	35	50	45	50	70

Tabla 29. Volumen estimado de ventas 2023 Fuente: Autores 2021

AÑO	2023	2024	2025	2026	2027
Línea Tejeduría - Mochilas					
Ventas	\$ 98.475.000	\$ 118.170.000	\$ 131.168.700	\$ 148.220.631	\$ 170.453.726
N° de productos	505	606	673	760	874
Línea Accesorios - Colibrí					
Ventas	\$ 36.540.000	\$ 43.848.000	\$ 48.671.280	\$ 54.998.546	\$ 63.248.328
N° de productos	580	696	773	873	1004
Línea Hogar - Madera					
Ventas	\$ 36.112.500	\$ 43.335.000	\$ 48.101.850	\$ 54.355.091	\$ 62.508.354
N° de productos	535	642	713	805	926
TOTAL VENTAS	\$ 171.127.500	\$ 205.353.000	\$ 227.941.830	\$ 257.574.268	\$ 296.210.408

Tabla 30. Proyección de ventas en pesos colombianos y cantidad de piezas vendidas Fuente:

Autores 2021

PROYECCIÓN MENSUAL AÑO 2023												
ITEM año 2023	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total estimado ventas	\$ 10.080.000	\$ 10.395.000	\$ 13.650.000	\$ 12.360.000	\$ 15.637.500	\$ 15.300.000	\$ 13.020.000	\$ 11.707.500	\$ 16.590.000	\$ 13.672.500	\$ 16.905.000	\$ 21.810.000
Tejeduría - Mochilas	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 7.800.000	\$ 6.825.000	\$ 8.775.000	\$ 8.775.000	\$ 7.800.000	\$ 6.825.000	\$ 9.750.000	\$ 7.800.000	\$ 9.750.000	\$ 12.675.000
Accesorios - Colibrí	\$ 2.205.000	\$ 2.520.000	\$ 3.150.000	\$ 2.835.000	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000	\$ 2.520.000	\$ 2.520.000	\$ 3.465.000	\$ 2.835.000	\$ 3.780.000	\$ 4.410.000
Hogar - Madera	\$ 2.025.000	\$ 2.025.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 3.712.500	\$ 3.375.000	\$ 2.700.000	\$ 2.362.500	\$ 3.375.000	\$ 3.037.500	\$ 3.375.000	\$ 4.725.000

PROYECCIÓN MENSUAL AÑO 2024												
ITEM año 2024	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total estimado ventas	\$ 12.096.000	\$ 12.474.000	\$ 16.380.000	\$ 14.832.000	\$ 18.765.000	\$ 18.360.000	\$ 15.624.000	\$ 14.049.000	\$ 19.908.000	\$ 16.407.000	\$ 20.286.000	\$ 26.172.000
Tejeduría - Mochilas	\$ 7.020.000	\$ 7.020.000	\$ 9.360.000	\$ 8.190.000	\$ 10.530.000	\$ 10.530.000	\$ 9.360.000	\$ 8.190.000	\$ 11.700.000	\$ 9.360.000	\$ 11.700.000	\$ 15.210.000
Accesorios - Colibrí	\$ 2.646.000	\$ 3.024.000	\$ 3.780.000	\$ 3.402.000	\$ 3.780.000	\$ 3.780.000	\$ 3.024.000	\$ 3.024.000	\$ 4.158.000	\$ 3.402.000	\$ 4.536.000	\$ 5.292.000
Hogar - Madera	\$ 2.430.000	\$ 2.430.000	\$ 3.240.000	\$ 3.240.000	\$ 4.455.000	\$ 4.050.000	\$ 3.240.000	\$ 2.835.000	\$ 4.050.000	\$ 3.645.000	\$ 4.050.000	\$ 5.670.000

ITEM (2023-2027)	2023	2024	2025	2026	2027
Línea Tejeduría - Mochilas	\$ 98.475.000	\$ 118.170.000	\$ 131.168.700	\$ 148.220.631	\$ 170.453.726
Línea Accesorios - Colibrí	\$ 36.540.000	\$ 43.848.000	\$ 48.671.280	\$ 54.998.546	\$ 63.248.328
Línea Hogar - Madera	\$ 36.112.500	\$ 43.335.000	\$ 48.101.850	\$ 54.355.091	\$ 62.508.354
TOTAL VENTAS	\$ 171.127.500	\$ 205.353.000	\$ 227.941.830	\$ 257.574.268	\$ 296.210.408

Tabla 31. Proyección de ventas en pesos colombianos Fuente: Autores 2021

Cada año se estima un crecimiento en las ofertas de piezas artesanal positivo conforme a la proyección de la demanda, para el segundo año 2024 un 20%, para el 2025 un crecimiento del 11% y para el 2026 y 2027 de 13% y 15% respectivamente.

Los mayores ingresos por ventas de piezas artesanales, se genera en la línea uno de tejeduría con las mochilas, por tener un precio más alto, esto por la gran aceptación de productos propios, con diseño representativo y materia prima de origen natural, de ahí la importancia de este producto.

ITEM (2023-2027)	Venta total (2023-2027)	% de participación
Línea Tejeduría - Mochilas	\$ 666.488.057	58%
Línea Accesorios - Colibrí	\$ 247.306.155	21%
Línea Hogar - Madera	\$ 244.412.795	21%
TOTAL VENTAS	\$ 1.158.207.006	100%

Tabla 32. Porcentaje de participación de las ventas Fuente: Autores 2021

En la tabla anterior podemos ver que el 58% de las ventas corresponde a los productos de tejeduría con mochilas, los accesorios y las piezas decorativas del hogar con un 21% cada una.

Punto de equilibrio

ANALISIS DE COSTOS					
Costos / Gastos fijos	2023	2024	2025	2026	2027
Nomina	37.075.439	38.187.703	39.333.334	40.513.334	41.728.734
Gastos de Operación	6.858.000	7.699.500	8.541.030	9.382.591	10.224.182
Gastos de administración y ventas	1.900.000	1.957.000	2.015.710	2.076.181	2.138.467
Gastos Preoperativos	10.080.000	-	-	-	-
Total Costos / Gastos Fijos	55.913.439	47.844.203	49.890.074	51.972.106	54.091.383
Costos Variables					
Gastos de Administración y Ventas	3.900.000	4.195.000	4.388.050	4.604.172	4.847.791
Gastos compra de Materia prima	117.180.000	140.616.000	156.083.760	176.374.649	202.830.846
Gastso de operación	1.300.000	1.348.500	1.427.945	1.458.373	1.539.822
Total Costos Variables	122.380.000	146.159.500	161.899.755	182.437.193	209.218.459
COSTO TOTAL	178.293.439	194.003.703	211.789.829	234.409.299	263.309.842
Numero productos o servicios	1620	1944	2158	2438	2804
Costo promedio producto o servicio	110.058	99.796	98.149	96.134	93.901
Costo Variable promedio Unitario	75.543	75.185	75.029	74.820	74.611
Precio promedio unitario(Sin Iva)	108.500	111.755	115.108	118.561	122.118
Margen contribución Unitario Promedio	32.957	36.570	40.079	43.741	47.506
Punto de Equilibrio	1.697	1.308	1.245	1.188	1.139
Costo Total Desembolsable	167.513.439	193.303.703	211.089.829	233.709.299	262.609.842
Costo promedio desembolsable	103.403	99.436	97.825	95.847	93.652
Cumplimiento del Punto de Equilibrio	95%	149%	173%	205%	246%
Colchon de Efectivo	4.659.453	3.987.017	4.157.506	4.331.009	4.507.615

Tabla 33. Punto de equilibrio Fuente: Autores 2021

De acuerdo a la demanda proyectada y los gastos en los que se incurren para el funcionamiento de ARTEJERTE en el año 2023 no se logra alcanzar el punto de equilibrio, sin

embargo, en los años 2024-2027 se alcanza el objetivo con unos valores de 149%, 173%, 205%, 246% respectivamente, esta información nos permitirá tomar decisiones en cuanto a los costos y gastos incurridos de acuerdo a las ventas estimadas.

ANALISIS DE COSTOS	Años 1	años 2	años 3	Años 4
Costos/gastos fijos	2023- 2024	2024- 2025	2025- 2026	2026- 2027
Nomina	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%
Gastos de Operación	10,9%	9,9%	9,0%	8,2%
Gastos de administración y ventas	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%
Gastos Preoperativos	-100%			
Total Costos / Gastos Fijos	-16,9%	4,1%	4,0%	3,9%
Costos Variables				
Gastos de Administracion y Ventas	7,0%	4,4%	4,7%	5,0%
Gastos compra de Materia prima	16,7%	9,9%	11,5%	13,0%
Gastos de operación	3,6%	5,6%	2,1%	5,3%
Total Costos Variables	16,3%	9,7%	11,3%	12,8%
COSTO TOTAL	8,1%	8,4%	9,6%	11,0%
Numero productos o servicios	16,7%	9,9%	11,5%	13,0%
Costo promedio producto o servicio	-10,3%	-1,7%	-2,1%	-2,4%
Costo Variable promedio Unitario	-0,5%	-0,2%	-0,3%	-0,3%
Precio promedio unitario(Sin Iva)	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%
Margen contribución Unitario Promedio	9,9%	8,8%	8,4%	7,9%
Punto de Equilibrio	-29,7%	-5,1%	-4,8%	-4,4%
Costo promedio desembolsable	-4,0%	-1,6%	-2,1%	-2,3%

Tabla 34. Variación del costo y punto de equilibrio entre 2023 y 2027 Fuente: Autores 2021

El comportamiento de los costos totales tiende a aumentar, sin embargo, la cantidad de productos que se ofertaran es superior a los porcentajes del costo total periodo a periodo.

Además, el costo promedio de los productos ofrecidos, disminuye en un -10,3% de 2023 a 2024, esto debido a que en 2023 se tiene una carga de gastos preoperativos que ya no hay en 2024. También vemos el incremento en la demanda de los productos artesanales en 2024 de 16,7%.

En el primer año se evidencia un crecimiento de 16,7% en compra de materia prima, esto debido a que para 2024 se estima el aumento en la demanda del 20%.

ANÁLISIS FINANCIERO

Estado de resultado y flujo de caja

ITEM		AÑO 0	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027
Caja Inicial			4.920.000	11.070.748	22.977.656	36.935.659	55.080.469
Ingresos Netos			171.127.500	205.353.000	227.941.830	257.574.268	296.210.408
TOTAL DISPONIBLE			176.047.500	216.423.748	250.919.486	294.509.927	351.290.878
Inversion en Equipos de Oficina		4.830.000					
Egresos por nomina			35.121.752	36.175.405	37.260.667	38.378.487	39.529.841
Egresos por gastos de Operación			6.875.000	7.749.000	8.653.655	9.508.997	10.415.059
Egresos por gastos de Admon y Ventas			5.800.000	6.152.000	6.403.760	6.680.353	6.986.258
Egresos por compra de materia prima			117.180.000	140.616.000	156.083.760	176.374.649	202.830.846
Egresos gastos preoperativos diferidos		5.250.000					
Adecuacion del Local	1.000.000						
Publicidad lanzamiento de la empre	2.000.000						
Equipo de Oficina	4.830.000						
Investigacion del mercado	1.000.000						
Desarrollo Web	1.000.000						
Gastos de Constitucion	250.000						
Egresos por gastos renta			-	2.753.687	5.581.985	8.486.972	11.470.786
Egresos por gastos de Capital			-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS		10.080.000	164.976.752	193.446.092	213.983.827	239.429.457	271.232.790
NETO DISPONIBLE		- 10.080.000	11.070.748	22.977.656	36.935.659	55.080.469	80.058.087
Aporte de Socios		15.000.000					
Prestamo		-					
CAJA FINAL		4.920.000	11.070.748	22.977.656	36.935.659	55.080.469	80.058.087

Tabla 35. Flujo de caja año cero y operación 2023-2027 Fuente: Autores 2021

Para el año cero se tiene una inversión inicial de \$15.000.000, el aporte de los socios como recurso principal para la operatividad de la empresa; de estos se hace una inversión en activos como equipos de oficina por \$4.830.000 y gastos de adecuaciones del local, publicidad

de lanzamientos, y desarrollo e investigación de mercado por \$5.250.000. el flujo de caja final para los años comprendidos entre 2023 y 2027 es positivo.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 5 AÑOS					
Item	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas netas	\$ 171.127.500	\$ 205.353.000	\$ 227.941.830	\$ 257.574.268	\$ 296.210.408
Costos variables	\$ 117.180.000	\$ 140.616.000	\$ 156.083.760	\$ 176.374.649	\$ 202.830.846
Costos nómina	\$ 37.075.439	\$ 38.187.703	\$ 39.333.334	\$ 40.513.334	\$ 41.728.734
Gastos de operación	\$ 8.158.000	\$ 9.048.000	\$ 9.968.975	\$ 10.840.963	\$ 11.764.005
Gastos de Admin y ventas	\$ 5.800.000	\$ 6.152.000	\$ 6.403.760	\$ 6.680.353	\$ 6.986.258
Gastos pre-operativos	\$ 5.250.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad gravable	-\$ 2.335.939	\$ 11.349.297	\$ 16.152.001	\$ 23.164.969	\$ 32.900.566
Impuesto de renta	\$ -	\$ 2.753.687	\$ 5.581.985	\$ 8.486.972	\$ 11.470.786
Utilidad neta	-\$ 2.335.939	\$ 8.595.610	\$ 10.570.016	\$ 14.677.997	\$ 21.429.780
Reserva legal	\$ -	\$ 859.561	\$ 1.057.002	\$ 1.467.800	\$ 2.142.978
Utilidad del periodo	-\$ 2.335.939	\$ 7.736.049	\$ 9.513.014	\$ 13.210.197	\$ 19.286.802

Tabla 36. Estado de resultados proyectado a 5 años Fuente: Autores 2021

ANALISIS VERTICAL					100%
Item	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas netas					
Costos variables	68%	68%	68%	68%	68%
Costos nómina	22%	19%	17%	16%	14%
Gastos de operación	4,8%	4,4%	4,4%	4,2%	4,0%
Gastos de Admin y ventas	3,4%	3,0%	2,8%	2,6%	2,4%
Gastos pre-operativos	3%				
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Utilidad gravable	-1,4%	5,5%	7,1%	9,0%	11,1%
Impuesto de renta	0,0%	1,3%	2,4%	3,3%	3,9%
Utilidad neta	-1,4%	4,2%	4,6%	5,7%	7,2%
Reserva legal	0,0%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%
Utilidad del periodo	-1,4%	3,8%	4,2%	5,1%	6,5%

Tabla 37. Análisis vertical Estado de Resultados Fuente: Autores 2021

El estado de resultado proyectado de 2023 a 2027 arroja una pérdida de -1,4% en el primer año, pues en cuanto al cumplimiento del punto de equilibrio en 2023, llegamos a 95% en ese primer año; para los años posteriores de 2024 a 2027 tenemos una utilidad de 3,8%, 4,2%, 5,1% y 6,5% respectivamente, un comportamiento de utilidades creciente.

Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
ACTIVO	Año 0	2023	2024	2025	2026	2027
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y equivalentes al efec	\$ 4.920.000	\$ 11.070.748	\$ 22.977.656	\$ 36.935.659	\$ 55.080.469	\$ 80.058.087
Cuentas comerciales por Cobra	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Anticipo Impuesto de Renta (Retefuente)						
TOTAL ACTIVOS CORRI	\$ 4.920.000	\$ 11.070.748	\$ 22.977.656	\$ 36.935.659	\$ 55.080.469	\$ 80.058.087
ACTIVO FIJO						
Activos depreciables	\$ 4.830.000	\$ 4.830.000	\$ 4.830.000	\$ 4.830.000	\$ 4.830.000	\$ 4.830.000
Depreciación acumulada		\$ 483.000	\$ 966.000	\$ 1.449.000	\$ 1.932.000	\$ 2.415.000
Gastos diferibles	\$ 5.250.000					
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 10.080.000	\$ 4.347.000	\$ 3.864.000	\$ 3.381.000	\$ 2.898.000	\$ 2.415.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 15.000.000	\$ 15.417.748	\$ 26.841.656	\$ 40.316.659	\$ 57.978.469	\$ 82.473.087
PASIVO						
Carga Prestacional por Pagar		\$ 1.953.687	\$ 2.012.298	\$ 2.072.667	\$ 2.134.847	\$ 2.198.892
Cuentas por pagar- Proveedores	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto de Renta		\$ -	\$ 2.753.687	\$ 5.581.985	\$ 8.486.972	\$ 11.470.786
Impuestos locales por pagar		\$ 800.000	\$ 816.000	\$ 832.320	\$ 848.966	\$ 865.946
Iva por pagar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligaciones financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ 2.753.687	\$ 5.581.985	\$ 8.486.972	\$ 11.470.786	\$ 14.535.624
PATRIMONIO						
Capital	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
Resultados de Ejercicios Anteriores			-\$ 2.335.939	\$ 5.400.110	\$ 14.913.124	\$ 28.123.321
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio		-\$ 2.335.939	\$ 7.736.049	\$ 9.513.014	\$ 13.210.197	\$ 19.286.802
Reserva Legal		\$ -	\$ 859.561	\$ 1.916.563	\$ 3.384.362	\$ 5.527.340
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.000.000	\$ 12.664.061	\$ 21.259.671	\$ 31.829.687	\$ 46.507.684	\$ 67.937.463
TOTAL PASIVO + PATRI	\$ 15.000.000	\$ 15.417.748	\$ 26.841.656	\$ 40.316.659	\$ 57.978.469	\$ 82.473.087

Tabla 38. Estado de situación financiera proyectado a 5 años Fuente: Autores

	Año 0	2023	2024	2025	2026	2027
ACTIVOS CORRIENTES	33%	72%	86%	92%	95%	97%
ACTIVOS FIJOS	67%	28%	14%	8%	5%	3%

Tabla 39. Porcentaje de activos fijos y corrientes Fuente: Autores

Dentro del estado de situación financiera se observa que los activos corrientes de ARTEJERTE representan un 33% y los activos fijos un 67% de participación, esto como resultado de la inversión inicial en activos para el equipo de oficina en los gastos preoperativos, en el año siguiente Artejerte empezará a tener un aumento de los activos corrientes debido a los ingresos de efectivo y equivalente al efectivo por concepto de la ventas de las piezas artesanales, en el caso de los activos fijos, anualmente se generará una disminución por concepto de depreciación.

	Año 0	2023	2024	2025	2026	2027
TOTAL PASIVO	0%	18%	21%	21%	20%	18%
TOTAL PATRIMONIO	100%	82%	79%	79%	80%	82%

Tabla 40. Porcentaje de pasivos y patrimonio Fuente: Autores

El patrimonio de ARTEJERTE para el 2023 que inicia operaciones, tendrá una disminución del 20%, puesto que hay una pérdida en la utilidad ejercicio por -\$2.335.939, para los años siguiente de actividades tendrá un comportamiento positivo de crecimiento y estabilidad. En el caso de los pasivos vemos que son inferiores al porcentaje de patrimonio de la empresa, por ende, el patrimonio es superior a las obligaciones que genera.

Flujo de caja mensual año 1 – 2023:

															TOTAL
ITEM		AÑO 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	2.023
Caja Inicial			4.920.000	4.377.299	3.787.932	4.283.565	4.212.531	5.248.997	5.342.457	5.931.423	5.931.223	7.558.522	8.076.655	9.657.287	4.920.000
Ingresos Netos			10.080.000	10.395.000	13.650.000	12.360.000	15.637.500	15.300.000	13.020.000	11.707.500	16.590.000	13.672.500	16.905.000	21.810.000	171.127.500
TOTAL DISPONIBLE			15.000.000	14.772.299	17.437.932	16.643.565	19.850.031	20.548.997	18.362.457	17.638.923	22.521.223	21.231.022	24.981.655	31.467.287	176.047.500
Inversion en Equipos de Oficina		4.830.000													
Gastos por nomina			2.694.784	2.694.784	2.694.784	2.694.784	2.694.784	3.661.956	2.694.784	2.694.784	2.694.784	2.694.784	2.694.784	4.511.956	35.121.752
Gastos de Operación			572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	572.917	6.875.000
Gastos de Admon y Ventas			483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	483.333	5.800.000
Gastos compra de materia prima			6.871.667	7.233.333	9.403.333	8.680.000	10.850.000	10.488.333	8.680.000	7.956.667	11.211.667	9.403.333	11.573.333	14.828.333	117.180.000
Gastos preoperativos diferidos		5.250.000													
Adecuacion del Local	1.000.000														
Publicidad lanzamiento de la empresa	2.000.000														
Equipo de Oficina	4.830.000														
Investigacion del mercad	1.000.000														
Desarrollo Web	1.000.000														
Gastos de Constitucion	250.000														
Egresos por gastos renta															
TOTAL EGRESOS		10.080.000	10.622.701	10.984.367	13.154.367	12.431.034	14.601.034	15.206.539	12.431.034	11.707.701	14.962.701	13.154.367	15.324.367	20.396.539	164.976.752
NETO DISPONIBLE		- 10.080.000	4.377.299	3.787.932	4.283.565	4.212.531	5.248.997	5.342.457	5.931.423	5.931.223	7.558.522	8.076.655	9.657.287	11.070.748	11.070.748
Aporte de Socios		15.000.000													
Prestamo															
CAJA FINAL		4.920.000	4.377.299	3.787.932	4.283.565	4.212.531	5.248.997	5.342.457	5.931.423	5.931.223	7.558.522	8.076.655	9.657.287	11.070.748	11.070.748

Tabla 41. Flujo de caja mensual año 1 Fuente: Autores 2021

															TOTAL
ITEM	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE			2.024
Caja Inicial	11.070.748	10.986.704	10.846.660	12.008.615	12.490.571	14.301.527	15.145.296	16.419.252	16.986.207	19.506.163	20.695.119	23.159.075			11.070.748
Ingresos Netos	12.096.000	12.474.000	16.380.000	14.832.000	18.765.000	18.360.000	15.624.000	14.049.000	19.908.000	16.407.000	20.286.000	26.172.000			205.353.000
TOTAL DISPONIBLE	23.166.748	23.460.704	27.226.660	26.840.615	31.255.571	32.661.527	30.769.296	30.468.252	36.894.207	35.913.163	40.981.119	49.331.075			216.423.748
Inversion en Equipos de Oficina															
Gastos por nomina	2.775.628	2.775.628	2.775.628	2.775.628	2.775.628	3.771.815	2.775.628	2.775.628	2.775.628	2.775.628	2.775.628	2.775.628	4.647.315		36.175.405
Gastos de Operación	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750	645.750		7.749.000
Gastos de Admon y Ventas	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667	512.667		6.152.000
Gastos compra de materia	8.246.000	8.680.000	11.284.000	10.416.000	13.020.000	12.586.000	10.416.000	9.548.000	13.454.000	11.284.000	13.888.000	17.794.000			140.616.000
Gastos preoperativos diferidos															
Adecuacion del Local															
Publicidad lanzamiento de la empresa															
Equipo de Oficina															
Investigacion del mercado															
Desarrollo Web															
Gastos de Constitucion															
Egresos por gastos renta															2.753.687
TOTAL EGRESOS	12.180.044	12.614.044	15.218.044	14.350.044	16.954.044	17.516.231	14.350.044	13.482.044	17.388.044	15.218.044	17.822.044	23.599.731			193.446.092
NETO DISPONIBLE	10.986.704	10.846.660	12.008.615	12.490.571	14.301.527	15.145.296	16.419.252	16.986.207	19.506.163	20.695.119	23.159.075	25.731.343			22.977.656
Aporte de Socios															
Prestamo															
CAJA FINAL	10.986.704	10.846.660	12.008.615	12.490.571	14.301.527	15.145.296	16.419.252	16.986.207	19.506.163	20.695.119	23.159.075	25.731.343			22.977.656

Tabla 42. Flujo de caja mensual año 2 Fuente: Autores

FLUJO DE CAJA NETO

FLUJO DE CAJA NETO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Año 0	2023	2024	2025	2026	2027
Utilidad Neta (Utilidad operativa)		-\$ 2.335.939	\$ 8.595.610	\$ 10.570.016	\$ 14.677.997	\$ 21.429.780
Total Depreciación		\$ 483.000	\$ 483.000	\$ 483.000	\$ 483.000	\$ 483.000
Pagos de capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Amortización		\$ -				
EBITDA		-\$ 1.852.939	\$ 8.112.610	\$ 10.087.016	\$ 14.194.997	\$ 20.946.780
1. Flujo de fondos neto del periodo		-\$ 1.852.939	\$ 8.112.610	\$ 10.087.016	\$ 14.194.997	\$ 20.946.780
Inversiones de socios	\$ 15.000.000					
Préstamo	\$ -					
2. Inversiones netas del periodo	\$ 15.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3. Liquidación de la empresa						
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-\$ 15.000.000	-\$ 1.852.939	\$ 8.112.610	\$ 10.087.016	\$ 14.194.997	\$ 20.946.780
Balance de proyecto	-\$ 15.000.000	-\$ 19.102.939	-\$ 13.855.770	-\$ 5.847.120	\$ 7.470.809	\$ 29.538.210
Interés	3,5%					
Tasa interna de retorno	37,6%					
Valor presente neto	\$ 14.685.711					
Tasa mínima de retorno	15%					

Tabla 43. Flujo de caja neto a 5 años Fuente: Autores

Para el año 0, tenemos un flujo de caja total neto negativo de quince millones por la inversión de los socios, para el año 1 también tenemos un flujo de caja negativo de -\$1.852.939 debido a que es el año en el que se da la apertura de la empresa y se efectúan los gastos preoperativos necesarios para el funcionamiento del establecimiento como la adquisición de equipo, alquiler de local, entre otros.

En los siguientes años se hace notorio el incremento de la utilidad neta de ARTEJERTE, lo que nos da un flujo de caja positivo.

Al proyectar la TIR y el VPN a cinco años, se trae a valor presente la inversión en el año 0 obteniendo un resultado positivo de \$14.685.711, lo cual es favorable para el proyecto ya que indica que es factible. Además, se asume una TIR objetivo del 15%, al año de acuerdo al

mercado se estima una tasa interna de retorno de 37,6% la cual nos ratifica que el proyecto es viable.

Utilidad Neta (Utilidad operativa)		-\$ 2.335.939	\$ 8.595.610	\$10.570.016	\$14.677.997	\$21.429.780
Total Depreciación		\$ 483.000	\$ 483.000	\$ 483.000	\$ 483.000	\$ 483.000
Pagos de capital		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Amortización		\$ -				
EBITDA		-\$ 1.852.939	\$ 8.112.610	\$10.087.016	\$14.194.997	\$20.946.780
1. Flujo de fondos neto del periodo		-\$ 1.852.939	\$ 8.112.610	\$10.087.016	\$14.194.997	\$20.946.780
Inversiones de socios	\$ 15.000.000					
Préstamo	\$ -					
2. Inversiones netas del periodo	\$ 15.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3. Liquidación de la empresa						
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-\$ 15.000.000	-\$ 1.852.939	\$ 8.112.610	\$10.087.016	\$14.194.997	\$20.946.780
Balance de proyecto	-\$ 15.000.000	-\$19.102.939	-\$13.855.770	-\$ 5.847.120	\$ 7.470.809	\$29.538.210
Interés	3,5%					
Tasa interna de retorno	=SI(C14=0;"N.A.";TIR(B14:G14))					
Valor presente neto	=SI(prueba_lógica; [valor_si_verdadero]; [valor_si_falso])					
Tasa mínima de retorno	15%					

Tabla 44. Cálculo de la TIR Fuente: Autores

La TIR se establece a partir de los flujos de caja que se proyectaron.

CONCLUSIONES

Las artesanías se han convertido en un factor clave para el fortalecimiento de economía local, propia de los pueblos indígenas no solo desde el punto de vista monetario si no desde su perspectiva cultural y ancestral. Los artesanos de estas comunidades buscan a través de su oficio preservar sus costumbres y tradiciones, con sus diseños y sus tejidos quieren transmitir todo lo que para ellos significa en los productos artesanales que elaboran y su identidad cultural.

Nuestro departamento se caracteriza por su gran diversidad étnica y cultural y es por eso que este proyecto busca visibilizar a nivel local y nacional la cultura de los pueblos indígenas, específicamente nos enfocaremos en los indígenas Misak que habitan en el municipio de Silvia-Cauca, quienes buscan a través de sus artesanías un reconocimiento a su labor como artesanos y como pueblo originario.

ARTEJERTE tiene como objetivo principal fomentar el reconocimiento y visibilización comercial de las artesanías Misak dentro del sector, promover el patrimonio cultural y ambiental de la región y generar un impacto socio económico positivo en la comunidad Misak.

El trabajo de investigación nos permitió determinar varios componentes que influyen en el desarrollo de nuestro proyecto desde la perspectiva latinoamericana, hasta el enfoque departamental y municipal, los datos recopilados nos muestran una realidad más de cerca que nos permitirá tomar decisiones en varios campos a trabajar como el social, ambiental, cultural, entre otros.

A través del estudio de mercado logramos identificar aspectos relevantes que nos permitirán encaminar eficientemente este proceso:

- Aplicamos una entrevista a los artesanos de la comunidad Misak, lo que nos permitió conocer de cerca lo que significa para cada uno el arte que desarrollan a través de sus manos, su cosmovisión y otros aspectos como su capacidad de producción, su oferta de productos, entre otros.
- Por otro lado, realizamos encuestas para nuestros clientes potenciales, esta nos permitió tener claridad sobre el segmento del mercado y que tipo de productos ofreceremos de acuerdo a la información recopilada, los resultados que nos arrojó la encuesta es que el 75,3% de los encuestados está interesado en adquirir una artesanía Misak, nuestro mercado objetivo serán mujeres en un rango de edad de 21-59 años.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado también podemos concluir que los productos preferidos por los clientes serán de la línea de tejeduría: las mochilas, de la línea de accesorios: los colibríes y de la línea de hogar: decoración en madera.
- También identificamos que las personas prefieren adquirir las artesanías en una tienda física.

Se desarrolló una estructura organizacional acorde a nuestras necesidades, que nos permitirá tener un mejor control y manejo de ARTEJERTE conformada como una S.A.S, bajo los lineamientos necesarios para el funcionamiento legal y competente.

Las artesanías Misak deben ser reconocidas por su valor cultural, patrimonial y ancestral, así como la labor de los pequeños artesanos que con sus manos crean proceso de identidad propias desde los pensamientos, sentimientos y memorias Misak.

REFERENCIAS

- Agencia EFE. (19 de marzo de 2020). *Artisanos innovan con comercio electrónico para reavivar el oficio en México*. Obtenido de México artesanías:
<https://www.efe.com/efe/america/mexico/artesanos-innovan-con-comercio-electronico-para-reavivar-el-oficio-en-mexico/50000545-4200034>
- Alcaldía Municipal de Silvia. (junio de 2020). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2020-2023*. Obtenido de Estudios e Investigaciones:
<http://silviacauca.micolombiadigital.gov.co/estudios-e-investigaciones/plan-de-desarrollo-municipal-20202023>
- Artesanías de Colombia . (11 de abril de 2019). *Taller Construyendo País Cauca*. Obtenido de Artesanías de Colombia: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/asi-es-la-artesania-del-cauca_13128
- Artesanías de Colombia. (2017). *Estrategia de Ampliación de la Cobertura geográfica y demográfica de Artesanías de Colombia*. Obtenido de Laboratorios de Innovación y Diseño: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/laboratorios-de-innovacion-y-diseno_7994
- Artesanías de Colombia. (2018). *Memorias de oficio : Artesanías Misak Silvia Cauca*. Bogotá. Obtenido de <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/4364>
- Artesanías de Colombia. (enero de 2020). *Características de la población artesanal de Silvia, Cauca*. Obtenido de Artesanías de Colombia:
<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/5052/4/INST-D%202020.%2061.%203.pdf>
- Artesanías de Colombia. (20 de agosto de 2021). *Comunidad Guambiana*. Obtenido de Grupos artesanales:
http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/comunidadguambiana_206
- Artesanías de Colombia. (2021). *Informe de Gestión 2020*.
doi:https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/37231_informe_gestion_v1_23032021.pdf

- Becerra, C., & Mosquera, C. (enero de 2021). *Entorno Socioeconomico del Departamento del Cauca 2020*. Obtenido de Cámara de Comercio del Cauca:
https://www.cccauca.org.co/sites/default/files/imagenes/entorno_economico_del_departamento_del-cauca_2020.pdf
- Compitem360. (agosto de 2021). *Resporte Sectorial*. Obtenido de Compitem360:
<http://www.compitem360.com/sitio/adn/>
- Consejo Regional Indígena del Cauca. (2021). *Ubicación geográfica del Cauca*. Obtenido de Estructura Organizativa: <https://www.cric-colombia.org/portal/estructura-organizativa/ubicacion-geografica/>
- Cuene, G. (2019). *Silvia*. Obtenido de Mintic:
<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=e579827d-b7e1-452f-8b16-b6b76560dbcb>
- Cultureunited.co. (30 de marzo de 2021). *Tejidos Rebanca, creadores de las ruanas que luce el actor Jason Momoa, presentes en la Rueda de Negocios virtual del ecosistema moda y confección de Econexia*. Obtenido de Comunicación, Arte y Cultura:
<http://www.cultureunited.co/tejidos-rebanca-creadores-de-las-ruanas-que-luce-el-actor-jason-momoa-presentes-en-la-rueda-de-negocios-virtual-del-ecosistema-moda-y-confeccion-de-econexia/>
- DANE. (marzo de 2020). *Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIU)*. Obtenido de Sistema Estadístico Nacional:
<https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciu>
- DANE. (Abril de 2021). *PERSPECTIVAS DEL MERCADO LABORAL DESDE EL RELAB EN LA ECONOMÍA NARANJA*. Obtenido de DANE:
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/abr-2021-nota-estadistica-perspectivas-RELAB-economia-naranja.pdf>

- DANE. (23 de julio de 2021). *Quinto reporte Economía Naranja*. Obtenido de Economía Naranja: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja/reportes-y-cuentas>
- Gobernación de Cauca, O. M. (2020). *Mujeres y hombres: brechas de género en Cauca*. Obtenido de <https://fup.edu.co/wp-content/uploads/2021/03/perfil-de-genero-2.pdf>
- Gobernación del Cauca. (31 de diciembre de 2019). *Perfil Departamento del Cauca*. Obtenido de Oficina Asesora de Planeación: <https://www.cauca.gov.co/Dependencias/OficinaAsesoradePlaneacion/InformacioneIndicadores/Perfil%20Departamento%20del%20Cauca.pdf>
- Junta Permanente Pro Semana Santa. (2018). *Manos de Oro*. Obtenido de Junta Semana Santa Popayán: <https://www.juntasemanasantapopayan.org/manos-de-oro>
- Manquillo, N. (2019). La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como ‘negocio de conocimiento tradicional’. Estudio de caso: la denominación de origen artesanal ‘Guacamayas’ en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión E. *Revista La Propiedad Inmaterial*(28), 167-209. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/6346>
- Mincultura. (1 de agosto de 2019). *ABC Economía Naranja*. Obtenido de Documentos Mincultura: https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (18 de diciembre de 2019). *Con ventas que sobrepasan los \$17.000 millones y 80.000 visitantes, cierra Expoartesánías 2019*. Obtenido de Industria: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/con-buenas-ventas-cierra-expoartesanias-2019>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (diciembre de 2020). *Informe de exportaciones*. Obtenido de Estudios Económicos: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-exportacion/2020/diciembre/oee-mab-informe-de-exportaciones-a-diciembre-de-2020.pdf.aspx>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (diciembre de 2020). *Informe sector manufacturero*. Obtenido de Estudios económicos:
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-industria/2020/diciembre/oe-dp-industria-manufacturera-diciembre-2020.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (junio de 2021). *Informe de exportaciones*. Obtenido de Estudios Económicos: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-exportacion>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (junio de 2021). *Informe sector manufacturero* . Obtenido de Estudios Económicos: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-industria/2021/junio/oe-dp-industria-manufacturera-junio2021.pdf.aspx>
- Ministerio de Cultura. (13 de noviembre de 2013). *Misak (Guambianos), la gente del agua, del conocimiento y de los sueños*. Obtenido de Poblaciones:
[https://mincultura.gov.co/areas/poblaciones/noticias/Documents/Caracterizaci%C3%B3n%20del%20Pueblo%20Misak%20\(Guambiano\).pdf](https://mincultura.gov.co/areas/poblaciones/noticias/Documents/Caracterizaci%C3%B3n%20del%20Pueblo%20Misak%20(Guambiano).pdf)
- Portafolio. (5 de diciembre de 2019). *Artesanías colombianas, negocio que mueve 3 millones de dólares al año*. Obtenido de Negocios: <https://www.portafolio.co/negocios/artesantias-colombianas-negocio-que-mueve-3-millones-de-dolares-al-ano-536244>
- Procolombia. (30 de Noviembre de 2019). *Aumenta el apetito internacional por las artesanías colombianas*. Obtenido de Procolombia Exportaciones Turismo Inversión Marca País:
<https://procolombia.co/noticias/aumenta-el-apetito-internacional-por-las-artesantias-colombianas>
- Procolombia. (22 de Enero de 2021). *Turismo Cultural: una oferta atractiva y responsable*. Obtenido de Procolombia Exportaciones Turismo Inversión Marca País:
<https://procolombia.co/actualidad/turismo-cultural-una-oferta-atractiva-y-responsable>
- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología KÓOT*(9), 80-96. doi:<https://doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>

Tejidos Rebanca. (2021). *¿Quiénes somos?* Obtenido de Tejidos Rebanca:
<https://tejidosrebanca.com/about/>

UNESCO. (2016). *Foro de Ministros de Cultura y Encargados de Políticas Culturales de América Latina y el Caribe/ Reunión de Ministros de Cultura de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC)*. Obtenido de Portal de la Cultura de América Latina y el Caribe:
http://www.lacult.unesco.org/proyectos/showitem.php?&id=57&uid_ext=&getipr=&lg=1&idtitulo=1589

UNESCO. (06 de Abril de 2021). *El turismo cultural y creativo hoy*. Obtenido de UNESCO:
<https://es.unesco.org/news/turismo-cultural-y-creativo-hoy>

Universia Colombia. (s.f.). *Listado de empresas en Silvia*. Obtenido de Guía empresas:
<https://guiaempresas.universia.net.co/localidad/SILVIA/?qPagina=6>

ANEXOS

Anexo 1

Formato de entrevista para determinar las necesidades y/o expectativas de los clientes potenciales

A continuación, se presenta la encuesta que se llevó a cabo para determinar las preferencias y conocer las necesidades referentes a los productos artesanales Misak en el mercado colombiano, cuyo objetivo es identificar nuevos mercados objetivo para la comercialización de las piezas artesanales

DATOS DEL ENCUESTADO

1. Nombre:
2. Teléfono:
3. Correo:

PREGUNTAS DEMOGRAFICAS

4. ¿Cuál es su género?
 - A. Femenino
 - B. Masculino
 - C. Prefiero no responder
5. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - A. Menos de 20 años
 - B. Entre 21 y 30 años
 - C. Entre 31 y 59 años
 - D. Más de 60 años
6. ¿Cuál es su ciudad de residencia?

7. ¿Cuál es su ocupación?
 - A. Trabajador/a Independiente
 - B. Empleado/a
 - C. Estudiante
 - D. Otro: _____
8. ¿Cuál es el rango mensual de ingresos que tiene?
 - A. Menos de \$100.000
 - B. Entre \$100.000 y \$249.000

- C. Entre \$250.000 y \$399.000
 - D. Entre \$400.000 y \$599.000
 - E. Entre \$600.000 y \$899.000
 - F. Más de \$900.000
9. ¿Conoce o ha oído hablar sobre la artesanía Misak?
- A. Si
 - B. No
10. Al comprar productos artesanales, ¿Cuál es la probabilidad de que compres una artesanía Indígena Misak? En la escala de 1-5, siendo 1 “poco probable” y 5 “muy probable”
- A. 1
 - B. 2
 - C. 3
 - D. 4
 - E. 5
11. En una escala de 1 a 5, en la que 1 es “difícil de adquirir” y 5 “fácil de adquirir” ¿cómo calificaría la artesanía indígena Misak en cuanto a facilidad de adquisición?
- A. 1
 - B. 2
 - C. 3
 - D. 4
 - E. 5
12. ¿estaría usted interesado en adquirir algún tipo de pieza artesanal proveniente de comunidades Indígenas como la Misak?
- A. si
 - B. no
 - C. tal vez
13. para usted, ¿cuál es la característica principal que busca en el momento de comprar una artesanía?
- A. Diseño personalizado
 - B. Calidad
 - C. Valor cultural y patrimonial
 - D. Material de origen natural
 - E. Diseño identitario de la comunidad indígena
 - F. Historia del diseño y tejido
 - G. Otro: _____
14. De las siguientes piezas artesanales, seleccione aquella que estaría dispuesto a comprar:
- A. Mochilas o bolsos tejidos con hilos o fibras naturales
 - B. Accesorios (collares, aretes, pulseras, etc.) tejidos con materiales de pedrería
 - C. piezas decorativas del hogar tallados en madera u otro material de tipo artesanal.
 - D. Tejidos relacionados con prendas de vestir típicos de las comunidades como las Ruanas o tejidas en hilo naturales, u otro tipo de prendas de origen artesanal.
 - E. Cerámica
 - F. Alfarería

- G. Todas las anteriores
H. Ninguna de las anteriores
15. ¿Cuáles cree que son las mejores características de los productos artesanales?

16. ¿cuáles crees que son las características desfavorables de los productos artesanales?

17. ¿Cuándo fue la última vez que adquirió un producto artesanal?
A. La semana pasada
B. El mes pasado
C. El año pasado
D. Hace más de un año
E. Nunca
18. ¿Cuál es el medio que usted prefiere para adquirir un producto artesanal?
A. Compra a través de internet
B. Compra en locales comerciales de artesanos
C. Otro medio: _____
19. ¿con qué frecuencia comprarías una artesanía?
A. al menos una vez a la semana
B. al menos una vez al mes
C. al menos una vez al año
D. algunas veces en varios años
E. nunca
20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pieza artesanal como este, elaborado por artesanos indígenas?
A. Entre \$50.000 y \$80.000
B. Entre \$80.000 y \$100.000
C. Entre \$100.000 y \$140.000
D. Más de \$140.000



Figura 1: Mochila Misak Fuente: Sebastián Torrejano, 2021

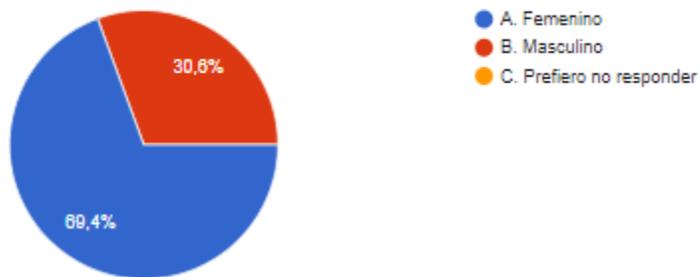
21. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos comprar artesanías indígenas Misak?
- A. Si
 - B. No

Anexo 2

REPORTE DE LA ENCUESTA REALIZADA

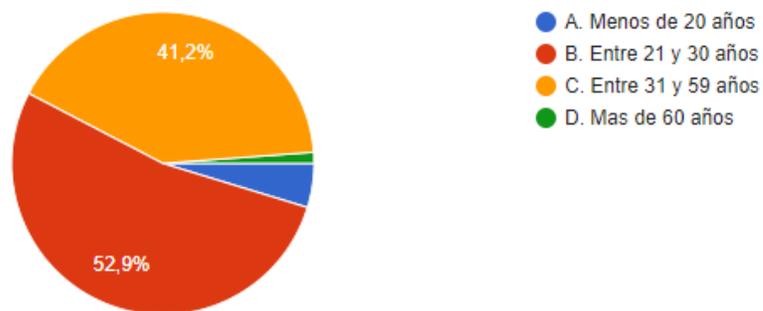
4. ¿Cuál es su género?

170 respuestas



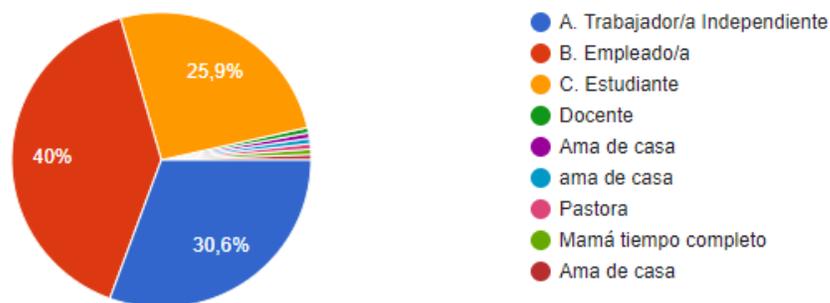
5. ¿En qué rango de edad se encuentra?

170 respuestas



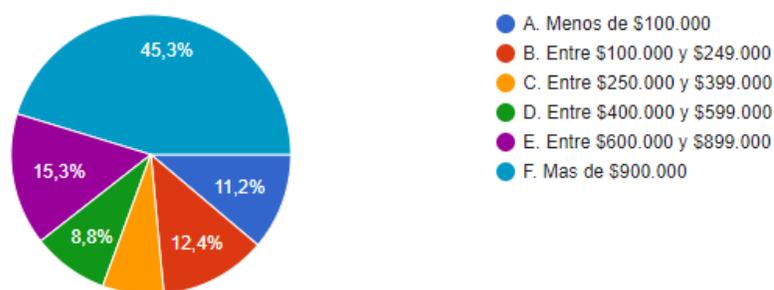
7. ¿Cuál es su ocupación?

170 respuestas



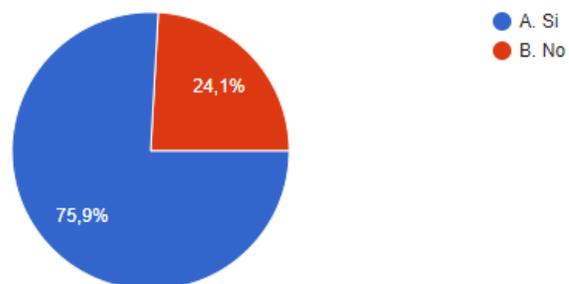
8. ¿Cuál es el rango mensual de ingresos que tiene?

170 respuestas



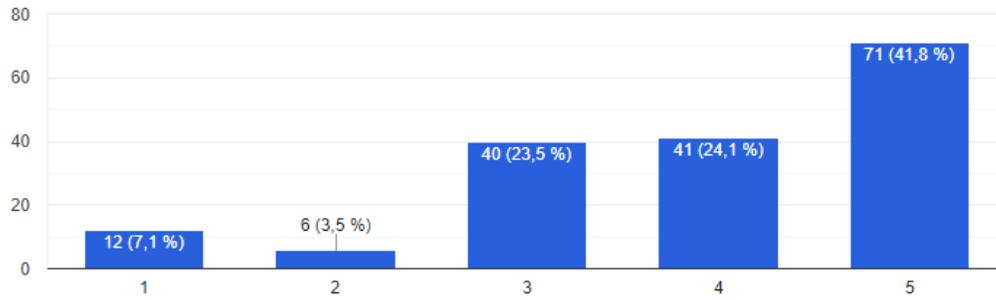
9. ¿Conoce o ha oído hablar sobre la artesanía Misak?

170 respuestas



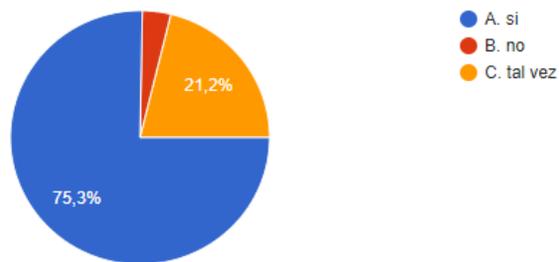
10. Al comprar productos artesanales, ¿Cuál es la probabilidad de que compres una artesanía Indígena Misak? En la escala de 1-5, siendo 1 "poco probable" y 5 "muy probable"

170 respuestas



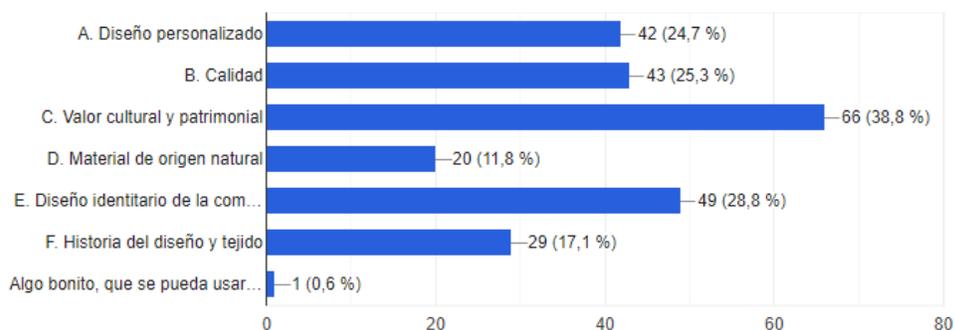
12. ¿Estaría usted interesado en adquirir algún tipo de pieza artesanal proveniente de comunidades Indígenas como la Misak?

170 respuestas



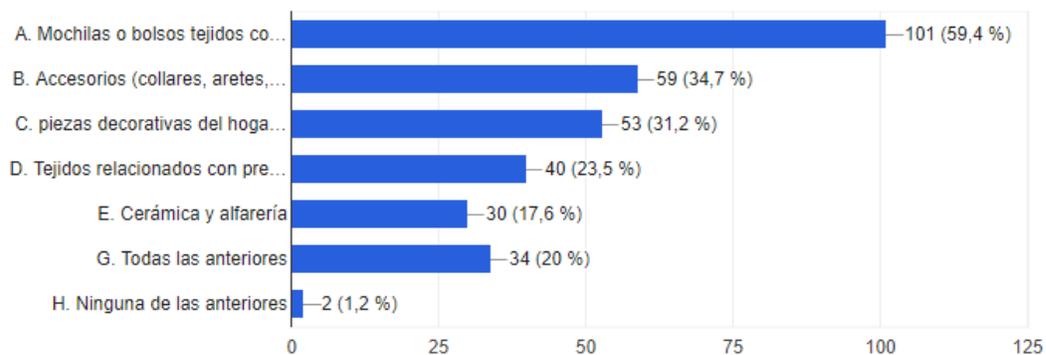
13. para usted, ¿ cuál es la característica principal que busca en el momento de comprar una artesanía?

170 respuestas



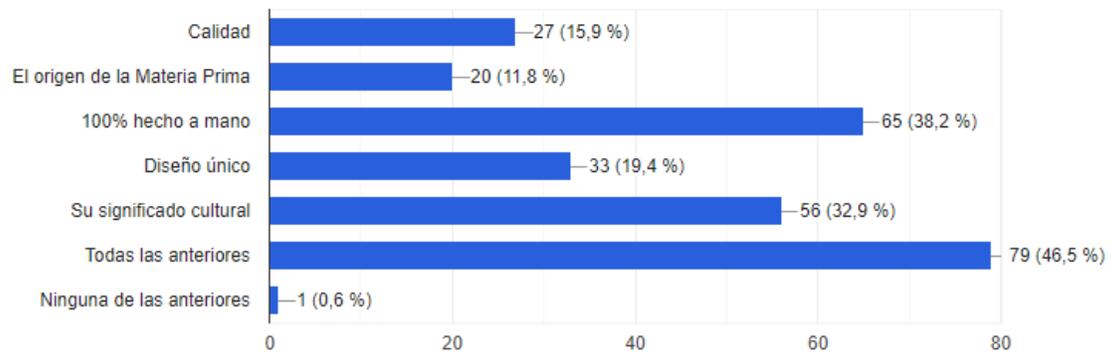
14. De las siguientes piezas artesanales, seleccione aquella que estaría dispuesto a comprar:

170 respuestas



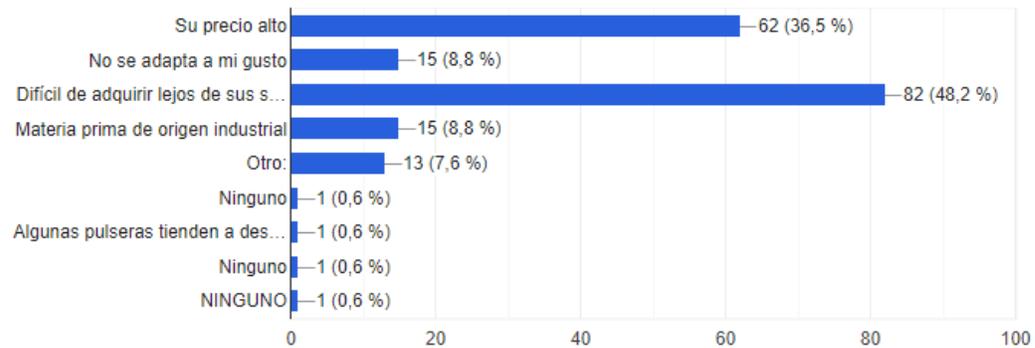
15. ¿Cuáles cree que son las mejores características de los productos artesanales?

170 respuestas



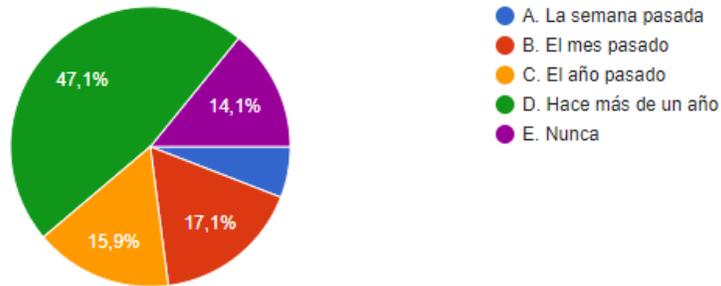
16. ¿cuáles crees que son las características desfavorables de los productos artesanales?

170 respuestas



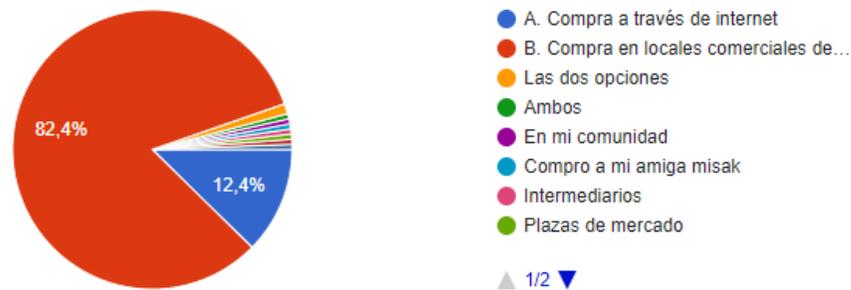
17. ¿Cuándo fue la última vez que adquirió un producto artesanal?

170 respuestas



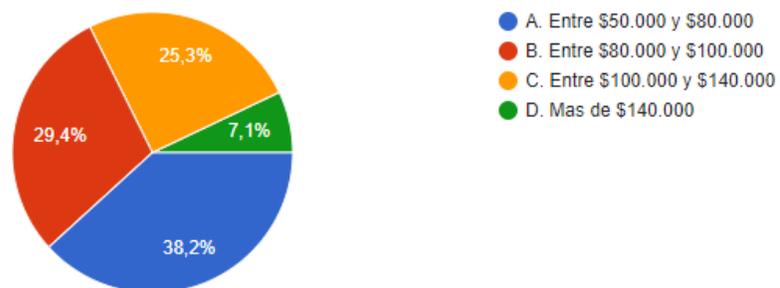
18. ¿Cuál es el medio que usted prefiere para adquirir un producto artesanal?

170 respuestas



20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pieza artesanal como este, elaborado por artesanos indígenas?

170 respuestas



Anexo 3.

Formato de entrevista realizado a los artesanos/as Misak, independientes, familiares y/o asociaciones de artesanos que proveen las piezas artesanales.

Esta entrevista está dirigida a artesanos y artesana del municipio de Silvia, con el objetivo de analizar la situación y entorno de los trabajadores del sector artesanal, sus perspectivas en torno a la economía local y del sector dentro del comportamiento social, cultural y ambiental. Este hace parte del proceso de Trabajo de grado con Plan de Negocio realizado en el programa de Contaduría Pública de la Universidad del Cauca

Datos del artesano/a

1. Nombre: _____
2. Cédula: _____
3. Celular: _____
4. Correo electrónico: _____
5. Empresa: _____

1. Contextualización del objeto social de la empresa ¿cuéntenos del proceso artesanal que realiza la empresa en la que usted trabaja?
-
-

2. Actualmente, ¿cuántas personas trabajan en su empresa? y ¿cómo participa cada uno en la construcción y mejoramiento de su trabajo artesanal?
-
-

3. Referente a su negocio, ¿cuál es la historia de su empresa y el trabajo artesanal que ustedes realizan?:

4. ¿qué buscan transmitir con los diseños de sus productos y/o servicios? ¿qué mensajes quieren que los clientes entiendan?

5. ¿Qué tipo de artesanías propias puede destacar de acuerdo a su experiencia de ventas?

de acuerdo a su experiencia, ¿Qué es lo que un cliente busca en una artesanía?

6. ¿usa las redes sociales para mostrar sus productos? ¿cómo ve el uso de la tecnología en trabajos o negocios de artesanías dentro de la comunidad?

7. ¿Cuál es la red social que usted más utiliza? Y ¿por qué?

8. En cuanto a la comercialización, ¿cuál ha sido el mejor medio para vender sus productos?

9. ¿Cómo se están fortaleciendo y retornando al negocio artesanal después de la pandemia?

10. ¿cuáles cree que son las principales dificultades que encuentran los artesanos a la hora de crear sus propias empresas?

11. ¿Qué opinión tiene sobre la competencia con otras empresas relacionadas con la artesanía?

12. ¿Qué opinión nos puede dar sobre innovación en procesos artesanales de comunidades indígenas?

