

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD**

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Autores:

Arley Fabian Carrillo Gomez

Paula Andrea Rios Rativa

Laura Valentina Villamil Muñoz

Docente asesor (coautor):

Gino Arevalo

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD**

BOGOTÁ

2021

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD**

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Autores:

Arley Fabian Carrillo Gomez

Paula Andrea Rios Rativa

Laura Valentina Villamil Muñoz

Asesor Temático:

Gino Arevalo

Asesor Metodológico:

Gino Arevalo

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD**

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
AUTORIDADES ACADÉMICAS

Rector

José Leonardo Valencia Molano

Vicerrector Académico

Martha Patricia Castellanos

Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras

Mauricio Andrés Hernández Ánzola

Secretario Académico

María Angélica Pacheco Chica

Director del Programa

Diana Luque Mantilla

Coordinadora del Programa

Adriana López Gómez

Asesor del proyecto

Gino Humberto Arevalo Acosta

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO 1

JURADO 2

Ciudad _____ **Día** _____ **Mes** _____ **Año** _____

AGRADECIMIENTOS

Después de las dificultades que tuvimos para culminar esta etapa en nuestras vidas, agradecemos profundamente a Dios, nuestras familias, docentes y amigos por el apoyo, acompañamiento, motivación e inspiración para lograr cumplir con éxito nuestra meta.

Nuestro total agradecimiento a la Fundación Universitaria del Área Andina que a través de su programa de Mercadeo y Publicidad obtuvimos bases sólidas para culminar nuestro proyecto de grado, gracias a cada uno de los docentes por orientarnos y fortalecer nuestros conocimientos para nuestra vida profesional

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para culminar este proyecto de grado.

A nuestra familia por haber sido un apoyo incondicional a lo largo de toda la carrera universitaria y de nuestras vidas y a todas las personas que nos acompañaron en esta etapa aportando a nuestra formación profesional y personal

TABLA DE CONTENIDO

DEFINICIÓN DEL PROYECTO	10
Descripción de la idea de negocio	10
Origen de la idea de negocio	10
Diagnóstico del sector económico	10
Factores clave de éxito	12
Factores clave del mercado	12
Factores diferenciadores y propuesta de valor	12
Socios clave	13
Socios indirectos	13
ESTUDIO DE MERCADOS	14
Análisis de competencia	14
Competencia indirecta	14
Competencia directa	15
Telaraña de posicionamiento	19
Análisis de la demanda	20
Demanda potencial	20
Demanda efectiva	20
Cuantificación de la demanda	21
Buyer Persona	21
ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PRODUCTO Y SU VENTAJA COMPETITIVA	22
Estrategias de mercado	22
Portafolio de producto	22
Matriz de precio	25
Distribución	26
Promoción	27
Comunicación	27
Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados	33
ESTUDIO TÉCNICO	34
Características de la localización	34
Características técnicas del producto	34
Descripción de la materia prima y los materiales	34
Características de la cadena de suministros	34
Descripción de proveedores	35

Perfiles de los puestos de trabajo	36
Funciones y responsabilidades	36
Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico	36
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	37
Descripción general de la estructura de la empresa	37
Organigrama	37
Legalización	37
Visión	37
Misión	37
Valores organizacionales	37
Socios Estratégicos	38
Políticas Generales	38
Política de proveedores	38
Política de clientes	38
Política de ventas	39
Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo	39
ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL	40
Impacto Social	40
Beneficiarios directos del proyecto	40
Beneficiarios indirectos	40
Aporte al desarrollo local o regional	40
Coherencia con el plan de desarrollo nacional	41
Impacto Ambiental	43
Matriz de riesgos ambientales y plan de mitigación	43
Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social	44
ESTUDIO FINANCIERO	44
Inversión inicial	44
Financiación y fuentes de financiación	45
Proyección de ventas	45
Proyección de costos y gastos	45
Flujo de caja proyectado	46
Indicadores de evaluación del proyecto	47
Análisis de los indicadores.	47
Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero	48

	9
CONCLUSIONES GENERALES	48
Presentación del proyecto en modelo canvas	50
BIBLIOGRAFÍA	51
LISTADO DE TABLAS	52
LISTADO DE GRÁFICAS	53
ANEXOS	54

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Descripción de la idea de negocio

Watta'a artesanías es un modelo de negocio completamente digital, en el cual se comercializan productos 100% artesanales que representan las diferentes culturas de cada región de nuestro país, dentro de los principales productos que se comercializan se destacan, las mochilas Wayuú, las hamacas de la región atlántica, bolsas de zuncho tejidas a mano, mecedoras momposinas y sillas acapulco tejidas a mano. Siendo el principal canal de venta, Facebook e Instagram y a mediano plazo implementar su página web para así ampliar el alcance de la marca.

Origen de la idea de negocio

Esta idea de negocio nace, gracias al conocimiento familiar que se tiene de la industria y a un acercamiento con la cultura artesanal del pasaje rivas, colonial y Paul de la ciudad de Bogotá. Gracias a este acercamiento cultural y teniendo en cuenta el conocimiento heredado, notamos que es una industria con gran potencial de crecimiento en el ámbito digital y que merece una mayor atención para su conservación en las nuevas generaciones.

Por esta razón decidimos crear la idea de negocio basándonos en un modelo cien por ciento digital, acercando las culturas artesanales del país a las nuevas generaciones y contribuyendo a la transformación digital de la industria.

Diagnóstico del sector económico

Según el formulario de caracterización FORGCS 04 diseñado por el centro de investigación para el desarrollo de la Universidad Nacional de Colombia y con el apoyo del SIEAA (Sistema de Información Estadístico de Actividad Artesanal), para el 2019 se consolidaron 31.003 artesanos registrados en 29 departamentos del país, de los cuales el 63% están entre los 30 y 60 años, el 23 % de más de 60 y el 14% menos de 30.

El 50,3% de los artesanos considera que está en condición de vulnerabilidad (desplazados, madres cabeza de familia, personas pertenecientes a una población indígena, víctimas de la violencia y por tener alguna condición de discapacidad) y el 49,7% no está en ese estado. (Díaz, 2018)

Este es un oficio cultural adquirido por herencia, también están quienes aprenden por su propia cuenta, observando a artesanos, o a través de talleres o instituciones que promocionan esta actividad artesanal.

Algo que caracteriza la fabricación de las artesanías culturales de las diversas regiones del país es el contacto con los materiales y el trabajo manual. A continuación, se observan las siguientes estadísticas en donde se muestra el trabajo manual y con máquinas.

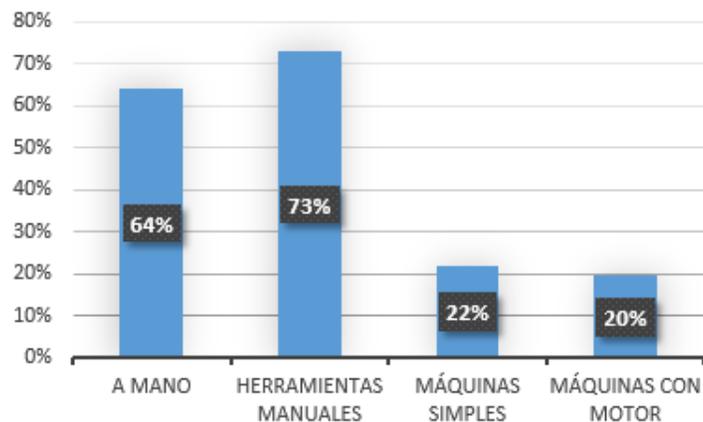


Tabla 1 – Porcentaje de fabricación de artesanías
Fuente: (Artesanías de Colombia, 2019)

Esta actividad es realizada principalmente por mujeres 72% y hombres 28%, el 82,7% de los artesanos son trabajadores independientes los cuales comercializan sus productos a través de la venta directa, por intermediarios, asociaciones y puntos de venta (El 86,5% no cuentan con un local para vender y el 13,5% si lo tiene).

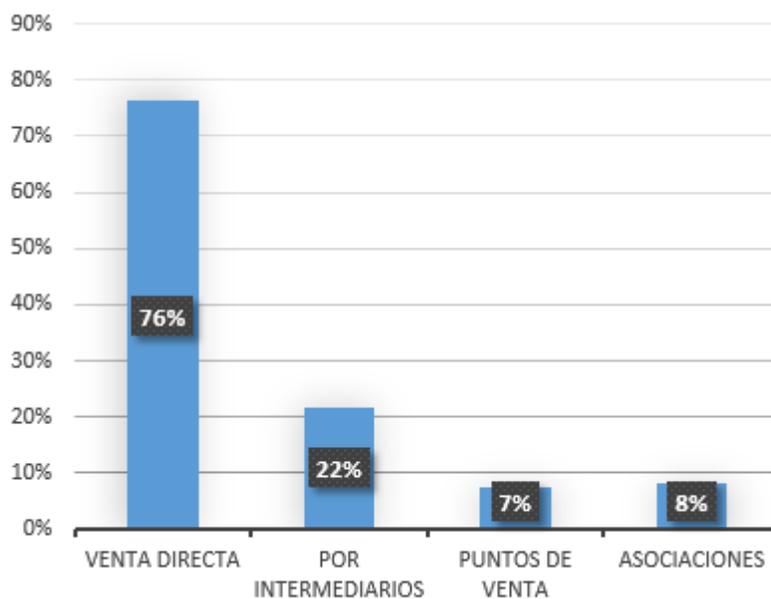


Tabla 2 – Porcentaje de ventas por canales
Fuente: (Artesanías de Colombia, 2019)

El salario de los artesanos se da por la tendencia y los ingresos de un local físico de venta artesanal 42,7%, en la mayoría de los casos este sueldo depende de los resultados que se hayan obtenido en el mes, aunque también hay quienes tienen una tarifa fija.

Los eventos más representativos para exhibir y comercializar artesanías son Expoartesanías en Bogotá, la cual en 2019 cerró su vigésima novena edición con la asistencia de cerca de 83.000 visitantes y más de \$17.000 millones en ventas, lo que representó un incremento en ventas directas del 7%. Por otro lado, la expectativa en la Rueda de Negocios fue de US\$1.6 millones. Y Expoartesanías en Medellín la cual tuvo un incremento del 181% respecto a su primera edición con ventas de \$3.991 millones. Solo el 27,9% de los artesanos participa en este tipo de eventos, el 72,1% no suele hacerlo. (Rincón, 2020)

Al momento de comercializar sus productos los artesanos, perciben tres principales dificultades. Las cuales son el desconocimiento del mercado, la competencia y el precio. (Artesanías de Colombia, 2019)

Factores clave de éxito

El proyecto Watta'a artesanías, tendrá éxito debido a que es un modelo totalmente digital, el cual, permitirá conectar al cliente de manera directa con la marca, a través, del acompañamiento al consumidor en todo el proceso de compra, haciendo que este mismo sienta seguridad y confiabilidad al adquirir algún producto, generando así la fidelización en ellos. Asimismo, Watta'a artesanías está a la vanguardia en cuanto a tendencias, colores, diseños, etc, con los diferentes productos que maneja.

Adicional el tener la marca en redes sociales, generará gran variedad de datos con los que se podrá supervisar y controlar el alcance de las acciones realizadas en este medio.

Otro factor muy importante son los diferentes métodos de pago y la cobertura nacional que se tiene en el Caribe, Pacífico, Eje Cafetero, Llanos, Centro Oriente y Centro Sur.

Factores clave del mercado

El sector artesanal es una base importante para la economía nacional, gracias a que se han involucrado a más de 350.000 personas de todas las áreas y etnias, que se dedican a diferentes oficios artesanales, representando el 15% de la ocupación en el sector manufacturero, del cual un 70% se dedican de manera exclusiva a esta industria.

El uso de tecnología propia, el manejo de una identidad cultural y el aprovechamiento de los recursos físicos, humanos y financieros para transformar materias primas en objetos con valor a través de sus manos ha venido posesionando al sector artesano colombiano como punto de referencia mundial. (PROCOLOMBIA, 2017)

En el mercado artesanal existen diversas clasificaciones las cuales son: artesanía indígena, artesanía tradicional popular y artesanía contemporánea o neoartesanía, las cuales, permiten tener una gran variedad en cuanto a culturas de las diferentes regiones de Colombia.

Factores diferenciadores y propuesta de valor

La propuesta de valor de Watta'a pretende acercar a los artesanos de cada región y sus productos representativos con el cliente final, por medio de los principales canales digitales (Facebook,

Instagram y Whatsapp Business) resaltando el servicio y el acompañamiento brindado al cliente durante la experiencia de compra por medio de cada canal, adicional el servicio post venta.

Otros de los factores diferenciales de Watta'a es el conocimiento que se tiene de la industria y de los productos en general, reflejando esta experiencia traída de los procesos de venta tradicional a los medios digitales, esto le otorga a la marca un sentido de pertenencia por la industria que transmite hacia el cliente la seguridad y confiabilidad de adquirir los productos. La facilidad que ofrece la marca en cuanto a medios de pago y cobertura de entrega, por medio de aliados estratégicos que hacen posible que el producto artesanal llegue a los diferentes rincones del país.

Por último, los productos ofrecidos por la marca suplen necesidades del cliente tales como, la renovación, decoración y ambientación de espacios del hogar en interiores como salas de estar, habitaciones, balcones y exteriores como jardines al aire libre y balcones, los diseños únicos y característicos de la artesanía colombiana.

De esta forma Watta'a logra acercar la cultura artesanal de las diferentes regiones a los nuevos posibles clientes de este tipo de productos y que interactúan diariamente con los medios digitales.

Socios clave

Los socios claves son los siguientes:

- **Laura Valentina Villamil Muñoz:** Es la encargada de realizar el contacto con los artesanos de las diferentes regiones del país para gestionar el producto que se va a comercializar a través de los canales digitales y seguir las tendencias del mercado (diseños, colores, materiales, etc).
- **Arley Fabian Carrillo Gomez:** Es el encargado de crear, fotografiar y diseñar el contenido que se utilizara en los canales digitales. Adicional será el que valide y apruebe en que nuevas redes podemos incursionar.
- **Paula Andrea Rios Rativa:** Es la encargada de realizar la investigación de nuevos mercados, hacer el seguimiento de las métricas y la parte financiera y contable.

Socios indirectos

- Artesanos colombianos
- Procolombia
- Cámara de industria y comercio
- MinTic
- Alcaldía de Bogotá

ESTUDIO DE MERCADOS

Análisis de competencia

Se han identificado como competencia las siguientes marcas, Manteles y cacerolas, Artesanías Junimar, Hamacas Divinas, Hipnos, Valentina, Emiliano Artesanías.

Competencia indirecta

Las siguientes marcas se han considerado competencia indirecta por comercializar productos de la categoría de artesanías y productos complementarios o similares a los ofrecidos por Watta'a

- **Manteles y cacerolas**



Ilustración 1 – Logo Manteles y Cacerolas
Fuente: (Manteles y Cacerolas, 2020)

Es una tienda especializada en la comercialización de artesanías para uso de cocina y mesa, trabajan con artesanos del Carmen de Viboral – Antioquia, Guamo Tolima y artesanos de Bogotá, principalmente comercializan productos como vajillas en cerámica y barro, manteles, vasos y copas terminados a mano y finalmente las bolsas de zuncho.

Fue creada en 2013, actualmente tienen un punto de venta en Quinta Camacho y una página web disponible para realizar compras.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 10.293 Seguidores
- ❖ Instagram: 2.582 Seguidores

(Manteles y Cacerolas, 2020)

- **Artesanías Attia**



Ilustración 2 – Logo artesanías Attia
Fuente: (Artesanías Attia, 2020)

Es una marca que se encarga de comercializar diferentes tipos de artesanías, para decoración, uso personal y entretenimiento.

Dentro de los productos destacados encontramos, juegos de mesa artesanales, billeteras, ruanas, bolsos, utensilios de cocina, hamacas.

Al tener tan diversificado su portafolio, es por esto que trabajan con artesanos de varias regiones de Colombia.

Los precios de sus productos oscilan entre \$25.000 y \$150.000, cuentan con un punto de venta en el pasaje Paul, centro de la ciudad de Bogotá, adicional durante el año 2020 trasladaron su actividad a las redes sociales.

Realizan pauta a través de Instagram y facebook

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 200 Seguidores
- ❖ Instagram: 96 Seguidores

(Artesanías Attia, 2020)

Competencia directa

Las siguientes marcas se han considerado competencia directa por comercializar los mismos productos de la ofrecidos por Watta'a

- **Artesanías Junimar**



Ilustración 3 – Logo Junimar
Fuente: (Junimar, 2020)

Es una marca especializada en la fabricación y comercialización de artesanías elaboradas en telar para decoración del hogar y el uso personal, principalmente comercializan productos como hamacas, hamacas silla, ponchos y ponchos térmicos. Los precios oscilan entre \$85.000 y \$150.000

Iniciaron su actividad en el año 2010 solo siendo fabricantes y proveedores de pequeños almacenes de artesanías, hasta este año 2020 iniciaron la comercialización de su

marca por medios digitales como Facebook e Instagram, no cuentan con página web ni punto de venta propio.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 127 Seguidores
- ❖ Instagram: 161 Seguidores

Sus publicaciones no son constantes, adicional realizan pauta en estos medios solamente quincenalmente.

(Junimar, 2020)

- **Hamacas Divinas**



Ilustración 4 – Logo Hamacas Divinas

Fuente: (Hamacas Divinas, 2020)

Es una marca comercializadora de hamacas Wayúu y San Jacinto por medio de redes sociales como Instagram y Whatsapp Bussiness, no tienen punto de venta físico, su distribución se realiza desde la ciudad de Medellín y se debe realizar la consignación antes para que puedan enviar el producto.

Los precios de sus hamacas están en un rango de \$800.000 y \$850.000

Actualmente están incorporando dentro de su portafolio de productos sillas acapulco y mochilas Wayúu aunque en sus redes sociales solo destacan las hamacas.

Sus publicaciones son constantes y su contenido es netamente de producto.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: No tienen página
- ❖ Instagram: 5.396 Seguidores

(Hamacas Divinas, 2020)

- **Hipnos**



Ilustración 5 – Logo Hipnos

Fuente: (Hamacas Hipnos, 2020)

Hipnos es una marca comercializadora de hamacas hechas en algodón y poliéster a través de redes sociales, son fabricadas en Boyacá, como diferencial ofrecen dentro del precio de las hamacas la instalación en la ciudad de Bogotá.

Los precios de las hamacas son de \$120.000 sin instalación, pero incluyen los ganchos y \$180.000 con instalación.

Actualmente no tienen página web y su actividad principalmente la realizan por Instagram, manejan pago por consignación y contraentrega en Bogotá.

Sus publicaciones son constantes y su contenido es netamente de producto.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 42 Seguidores
- ❖ Instagram: 5.126 Seguidores

(Hamacas Hipnos, 2020)

- **Tucurinca**



Ilustración 6 – Logo Tucurinca

Fuente: (Tucurinca, 2020)

Es una marca fabricante de sillas elaboradas en acero y mimbre PVC, ofrecen variedad de diseños y referencias como mecedoras, sofás, lámparas, butacas y mesas todas elaboradas en esos materiales.

Su punto de fabrica está ubicado en Santa Marta los precios de sus productos oscilan entre \$200.000 y \$1.000.000

Actualmente la venta la realizan solo por la página web y en su punto de venta en Santa Marta y Bogotá

Sus publicaciones son constantes y su contenido es de producto, procesos de fabricación y sugerencias de uso.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 6.392 Seguidores
- ❖ Instagram: 77mil Seguidores

(Tucurinca, 2020)

- **Valente**



Ilustración 7 – Logo Valente
Fuente: (Valente Tejido, 2020)

Valente es una marca fabricante de sillas acapulco ubicada en la ciudad de Bogotá, los materiales de elaboración son hierro y mimbre PVC de distintos colores, ofrecen variedad de estilos y diseños como, mecedoras, sillas tipo pera, sofás, sillas para bar y sillas para niños.

Tienen un punto de venta ubicado en Galerías de la ciudad de Bogotá, para realizar un pedido con la marca, se debe consignar el 50% del valor para iniciar con la fabricación y 50% cuando esté terminado.

Los precios de las sillas oscilan entre \$160.000 y \$300.000 dependiendo la referencia y el tejido.

Realizan pedidos a nivel nacional.

Sus publicaciones son constantes y su contenido es de producto y sugerencias de uso.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 1.338 Seguidores
- ❖ Instagram: 18,6mil Seguidores

(Valente Tejido, 2020)

- **Emiliano Artesanías**

Es una empresa dedicada a la fabricación de bolsos de zuncho de diferentes estilos y tamaños, están ubicados en la ciudad de Bogotá, actualmente su actividad se centra en la fabricación y comercialización al por mayor.

Actualmente están impulsando la venta de sus productos por medio de redes sociales, principalmente Facebook e Instagram.

Se encuentran productos desde \$20.000 dependiendo el tamaño y el tipo de tejido.

Sus publicaciones son constantes y su contenido es de producto y fabricación de estos.

En cuanto a redes sociales encontramos las siguientes cifras.

- ❖ Facebook: 201 Seguidores
- ❖ Instagram: 1.221 Seguidores

(Emiliano Artesanías, 2020)

Telaraña de posicionamiento

A continuación, presentamos la telaraña de posicionamiento de Watta'a frente a su competencia principal, Junimar, Valente y Emiliano Artesanías.

Se puede evidenciar que Watta'a artesanías tiene 6 fortalezas importantes que resaltan frente a sus competidores como lo es su imagen corporativa, el portafolio que maneja, sus métodos de pago, la calidad en sus contenidos, el conocimiento en la industria y su servicio y asesoramiento en el momento en el que el usuario realiza la compra, sin embargo, también se perciben dos debilidades como la página web e-commerce y sus canales de venta, la pagina web para Watta'a debe convertirse en su principal canal de venta y mayor diferenciador frente a su competencia.

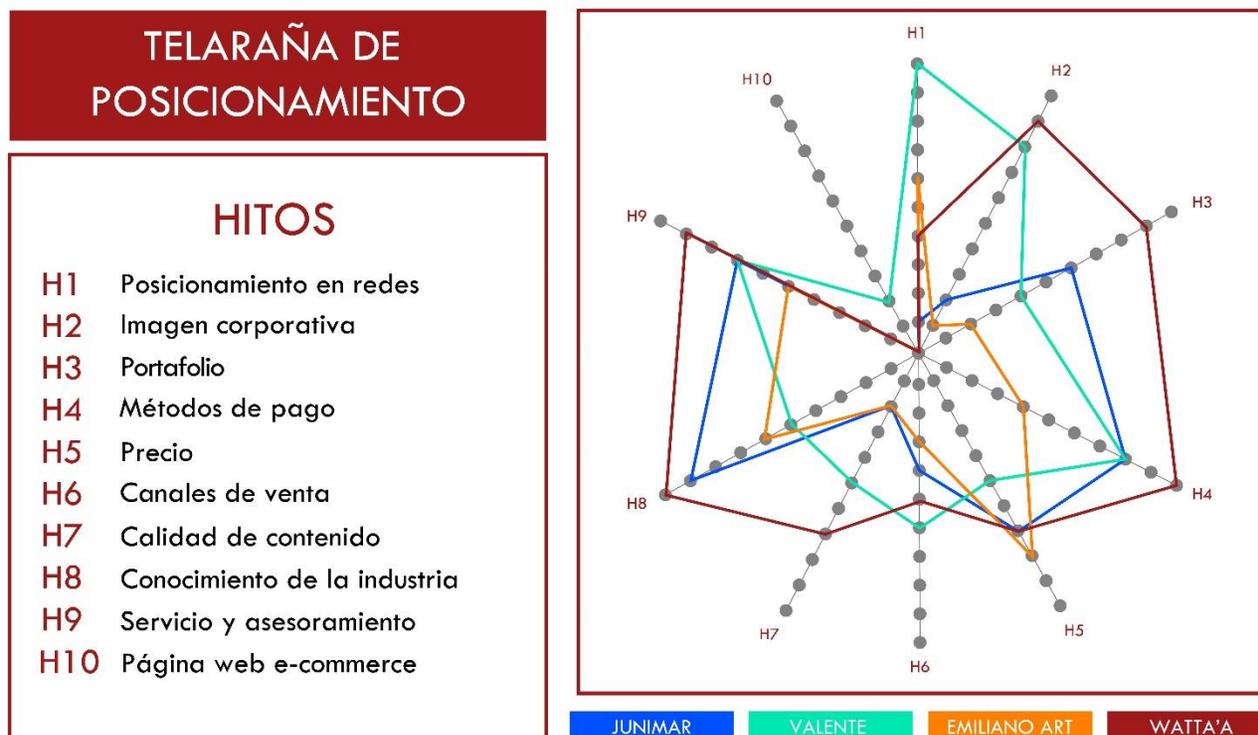


Ilustración 8 – Telaraña de posicionamiento.

Fuente: Creación propia

Análisis de la demanda

Demanda potencial

- **Digital Potencial:** Este usuario tiene como principal característica el uso frecuente y fluido de las diferentes plataformas digitales, para comunicarse, realizar compras y actualizarse sobre temas de su interés, no tienen temor a las compras por medio de canales 100% virtuales, el conocimiento sobre la artesanía y sus orígenes es limitado, sin embargo, existe un gran interés por conocerlo y adquirir este tipo de productos. En términos demográficos el cliente está en un rango de edad de 24 a 35 años, de género femenino y masculino, con ingresos desde 2 SMMLV, ubicados principalmente en ciudades como Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Medellín, Neiva, Cali y Villavicencio.

Demanda efectiva

- **Digital Efectiva:** Este usuario se caracteriza por tener un conocimiento de la artesanía y del producto que va a adquirir, es un cliente recurrente, tiene muy en cuenta el servicio y la calidad del producto, además es un usuario que realiza búsquedas por medio de las redes sociales de sus temas de interés como, diseño de interiores, artesanías, decoración, tejidos, artes decorativas, naturaleza, textiles, vacaciones, actividades al aire libre y familia

En términos demográficos el cliente está en un rango de edad de 32 a 58 años, de género femenino y masculino, con ingresos desde 2 SMMLV, ubicados principalmente en ciudades como Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Medellín, Neiva, Cali y Villavicencio.

Cuantificación de la demanda

Para la cuantificación de la demanda efectiva encontramos que se tendría un alcance aproximado de 9 millones de usuarios que posiblemente interactúen con la marca en redes sociales, de estos 9 millones alcanzaremos de manera real a 9 mil usuarios que equivale al 0,1 % de la demanda total.

Dato obtenido de Facebook Bussines Manager, basado en los intereses que tienen los usuarios de nuestra demanda efectiva.

Facebook Bussines Manager es la plataforma que permite planificar, implementar y optimizar campañas publicitarias en Facebook e Instagram, es de allí de donde se obtienen los datos para la cuantificación de la demanda, ya que, por medio de ubicación geográfica, datos demográficos e intereses, la plataforma da un estimado de los usuarios que pueden llegar a interactuar con nuestra marca hasta convertirse en una venta efectiva.

(Facebook, 2021)

Buyer Persona

Tradicional

- Carlos es un músico de 40 años, padre de familia que vive en la ciudad de Medellín, amante del color y los tejidos, es una persona que siempre asiste a expoartesanos y observa toda la variedad de texturas, diseños y formas que se presentan allí, le gusta mucho todo este tema porque considera que estos productos son de alta calidad y con la compra de ello apoya el talento colombiano, aprovecha esta feria para realizar las compras para su familia y para él, su hija Tamara le dice que deje de asistir a este tipo de eventos debido a que esto le quita tiempo para sus composiciones musicales y que más bien realice sus comprar a través de internet. Pero Carlos hasta ahora está experimentando las compras online, lo que lo vuelve un poco inseguro al momento de concretar la compra.

Digital

- Carla es un diseñadora gráfica e ilustradora de 25 años de edad, residente en la ciudad de Bogotá, amante de lo alternativo, es animalista, utiliza frecuentemente sus redes sociales para comprar productos, estar informada de lo que pasa a su alrededor y allí expresa su opinión sobre diversos temas, le gusta pasar tiempo con sus amigos, últimamente está interesada en conocer el arte, las costumbres y el significado de las cosas más representativas de cada región del país y aprender de ellos, ya que considera que los jóvenes no tienen idea de la etnia tan diversa que hay en Colombia y pretende que sus seguidores conozcan un poco más sobre ello, a través de sus diseños e ilustraciones.

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PRODUCTO Y SU VENTAJA COMPETITIVA

Después de realizar el respectivo análisis de cada una de las competencias, identificamos que Watta'a ofrece productos de alta calidad a un precio adecuado, otro de los factores diferenciales de Watta'a es el conocimiento que se tiene de la industria y de los productos en general, reflejando esta experiencia traída de los procesos de venta tradicional a los medios digitales, esto le otorga a la marca un sentido de pertenencia por la industria que transmite hacia el cliente la seguridad y confiabilidad de adquirir los productos

Estrategias de mercado

Portafolio de producto

- Mochilas Wayúu: Las mochilas Wayúu de Watta'a son tejidas a mano por artesanos de la región Caribe de Colombia, son hechas en hilo y pueden tener gran variedad de colores. Sus medidas son 28x25x53 lo que las hace un accesorio versátil y muy funcional.

MOCHILAS WAYÚU

- ◆ Material
- ◆ Colores
- ◆ Medidas
- ◆ Referencias
- ◆ Lugar de elaboración



Mochilas tejidas a mano por artesanos Wayúu de la región Caribe de Colombia.


WATTA'A

\$ 70.900

Ilustración 9 – Características principales mochilas Wayúu

Fuente: Creación propia

- Hamacas: Tejidas en telar y con detalles hechos a mano, las hamacas de Watta'a son ideales para descansar en ellas. El material principal es el algodón y cuentan con herrajes metálicos, lo que las hace muy resistentes.

HAMACAS



Material	Algodón, herraje metálico
Colores	Multicolor
Medidas	140x290 - 180x290
Referencias	Santa, Rebe, Ecos, Costeña
Lugar de elaboración	Risaralda, Barranquilla, Bogotá

Hamacas tejidas en telar, con flecos y guindos hechos a mano, diversidad de colores, tamaños y estilos.

de \$40.000 - de \$120.000

 | WATTA'A

Ilustración 10 - Características principales Hamacas
Fuente: Creación propia

- Sillas Acapulco: Las sillas acapulco son tejidas a mano en mimbre pvc sobre una estructura metálica que las hace resistentes y duraderas, además de muy cómodas, son ideales para usar en interiores o exteriores y sus colores son personalizables.

SILLAS ACAPULCO



Material	Mimbre PVC - Estructura metálica
Colores	Multicolor
Medidas	65x95x60
Referencias	Mecedora, pera, sofá, mesa
Lugar de elaboración	Bogotá, DC

Sillas tejidas a mano, ideales para uso interior y exterior, colores y tejidos personalizados

de \$100.000 - de \$300.000

 | WATTA'A

Ilustración 11 - Características principales Sillas Acapulco
Fuente: Creación propia

- **Mecedoras Momposinas:** Armadas y pintadas a mano por artesanos cordobeses, las mecedoras momposinas son un mueble tradicional de la cultura colombiana. Están hechas en madera de trébol y tejidas con mimbre laminado, esto las hace muy duraderas.

MECEDORAS MOMPOSINAS

- ◆ **Material** Madera Trébol, mimbre laminado
- ◆ **Colores** Natural, envejecido
- ◆ **Medidas** 120x60x50
- ◆ **Referencias** Momposina
- ◆ **Lugar de elaboración** Mompós, Bolívar



Sillas mecedoras pintadas a mano por artesanos cordobeses.

\$110.000


WATTA'A

Ilustración 12 - Características principales Mecedoras
Fuente: Creación propia

- **Bolsas de zuncho:** Las bolsas de zuncho son la alternativa ideal de las bolsas de plástico, son tejidas a mano y sus colores pueden ser personalizables. Son ideales a la hora de mercar gracias a su gran resistencia.

BOLSAS DE ZUNCHO

- ◆ **Material** Zuncho plástico
- ◆ **Colores** Multicolor
- ◆ **Medidas** 16x12x17 - 26x15x27 - 45x23x46
- ◆ **Referencias** Tipo Bolsa, Tipo Cartera
- ◆ **Lugar de elaboración** Bogotá, DC



Bolsas ecológicas hechas a mano en zuncho, gran diversidad de colores y tamaños.

\$12.000 - \$40.000


WATTA'A

Ilustración 13 - Características principales Bolsas Zuncho

Fuente: Creación propia

Matriz de precio

		PRECIO		
		Alto	Mediano	Bajo
CALIDAD	Alto	1. Estrategia superior -Hamacas Divinas -Tucurinca	2. Estrategia de valor alto -Watta'a Artesanías -Artesanías Junimar -Hipnos -Valente	3. Estrategia de supervalor -Manteles y Cacerolas -Artesanías Attia -Emiliano Artesanías
	Mediano	4. Estrategia de sobrecobro	5. Estrategia de valor medio	6. Estrategia de buen valor
	Bajo	7. Estrategia de imitación	8. Estrategia de economía falsa	9. Estrategia de economía

Tabla 3 – Matriz de precio competencia

Hamacas divinas y Tucurinca están ubicadas en el primer cuadrante que es estrategia superior, es decir, que manejan precios superiores a los que tiene Watta'a artesanías y en la elaboración de cada producto utiliza materiales de alta calidad como lo son el algodón, mimbre pvc y acero.

Watta'a artesanías está ubicada en el segundo cuadrante estrategia de valor alto, debido a que igual que sus competidores (Artesanías Junimar, Hipnos, Valente) manejan precios muy similares en el mercado que oscilan desde los \$40.000 a los \$300.000, en cuanto a la fabricación de sus productos manejan materiales de alta calidad como los son el hierro, mimbre pvc, algodón, poliéster. Adicionalmente algunos de los materiales contribuyen a la conservación del medio ambiente como lo es el Zuncho en algunos de sus productos.

Y en el tercer cuadrante estrategia de super valor, se encuentran sus competidores indirectos y Emiliano Artesanías los cuales manejan unos precios menores a Watta'a artesanías y sus productos están fabricados con materiales de alta calidad como los son el algodón, mimbre PVC, acero y zuncho.

Watta'a artesanías se diferencia de su competencia por manejar un portafolio de producto más amplio, comercializando mochilas Wayúu, hamacas, bolsas de zuncho, sillas acapulco y mecedoras momposinas.

Distribución

Nuestros canales de venta

Contamos con tres formas de venta al público las cuales son netamente digitales, no contamos con un punto de venta físico.

1. **Facebook:** Es una red social que permite generar una comunidad de personas interesadas en variedad de temas, adicional a esto, permite conectar a varias personas sin importar el lugar en donde se encuentren, es allí donde Watta'a tiene la posibilidad de mostrar sus productos a diferentes tipos de personas y generar clientes potenciales (Leads)
2. **Instagram:** Esta red social nos permite mostrar la personalidad de la marca, mediante post de producto, estilo de vida y contenido de valor, que impactan a nuestro público objetivo.
3. **Whatsapp Bussines:** Esta será la herramienta principal para generar el cierre de alguna venta, es la encargada de recibir todo el tráfico que se genera en las dos redes sociales nombradas anteriormente.

- **Nuestros canales de distribución**



Ilustración 14 – Canal de distribución

Fuente: Creación propia

Watta'a cuenta con un canal de distribución corto de un nivel, en el cual intervienen tres actores principalmente: artesano, minorista y cliente final.

El proceso de comercialización del producto comienza en el artesano, este es el encargado de fabricar y hacer llegar las artesanías que el comercializador minorista compra, en este caso Watta'a. A su vez Watta'a comercializa dichos productos por medio de canales digitales como: Facebook, Instagram y Whatsapp Bussines. Estos productos llegan al cliente final gracias a los diferentes convenios que se tienen con las transportadoras Servientrega, Envía y Coordinadora.

Promoción

Tendremos en cuenta algunas fechas especiales durante el año para realizar estrategias de promoción, principalmente descuentos sobre el precio o envíos gratis a nivel nacional, dichas fechas especiales serían las siguientes:

1. Día del artesano: 19 de marzo - **Descuento 10% en todo el inventario**
2. Día de la madre: Mayo - **Envío gratis a nivel nacional**
3. Día del padre: Junio - **Envío gratis a nivel nacional**
4. BlackFriday: Noviembre - **Descuento del 15% al 20% en todo el inventario**
5. CyberLunes: Noviembre - diciembre - **Descuento del 15% al 20% en todo el inventario**
6. Temporada navideña: Diciembre - **Descuento 10% en todo el inventario**

Comunicación

Creamos la marca Watta'a, este nombre proviene de un término Wayúu que tiene como significado "Mañana", un "Mañana" representa para esta comunidad, esperanza y nuevas oportunidades.

Utilizamos el color rojo como representación del amor y la pasión con la que los artesanos elaboran cada una de las artesanías.

Usamos una tipografía palo seco que le da seriedad a la marca, además de que aporta una mayor legibilidad.

Nuestro isotipo simboliza la cultura, la artesanía y la tradición.

Usamos formas geométricas que representan a las culturas indígenas autóctonas de Colombia.

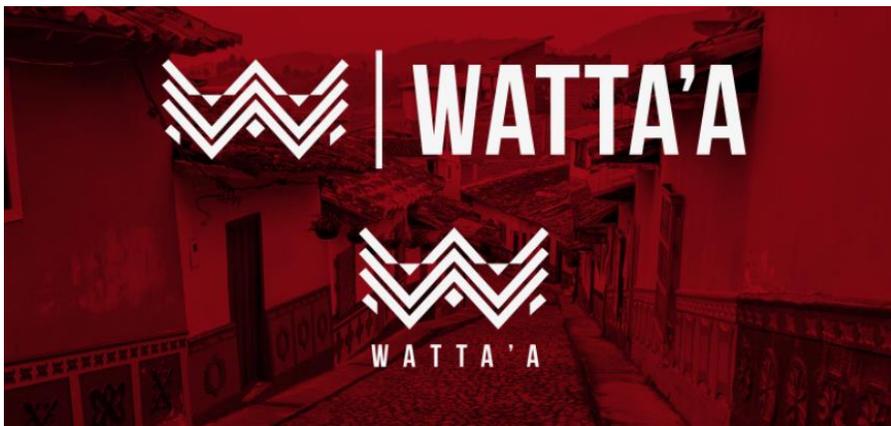


Ilustración 15 - Identidad corporativa

Fuente: Creación propia

- **Manual de identidad corporativa**

A continuación, presentamos el manual de identidad corporativo creado para Watta'a





*Ilustración 16 – Manual de identidad corporativa
 Fuente: Creación propia*

- Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación para Watta'a estarán basadas durante los primeros meses en campañas de posicionamiento de marca, con el principal objetivo de lanzar la marca al mercado y comenzar a estructurar una comunidad en torno a Watta'a y sus productos.

Las acciones a realizar serán principalmente campañas de anuncios publicitarios con formatos de alcance, tráfico y mensajes directos para obtener reconocimiento de marca en las diferentes redes sociales. Adicionalmente se crearán contenidos de valor basados en estilo de vida y uso de cada uno de los productos ofrecidos por la marca.

- Campaña: Lanzamiento y posicionamiento

Concepto Estratégico: La tienda en línea de la artesanía hecha en Colombia.

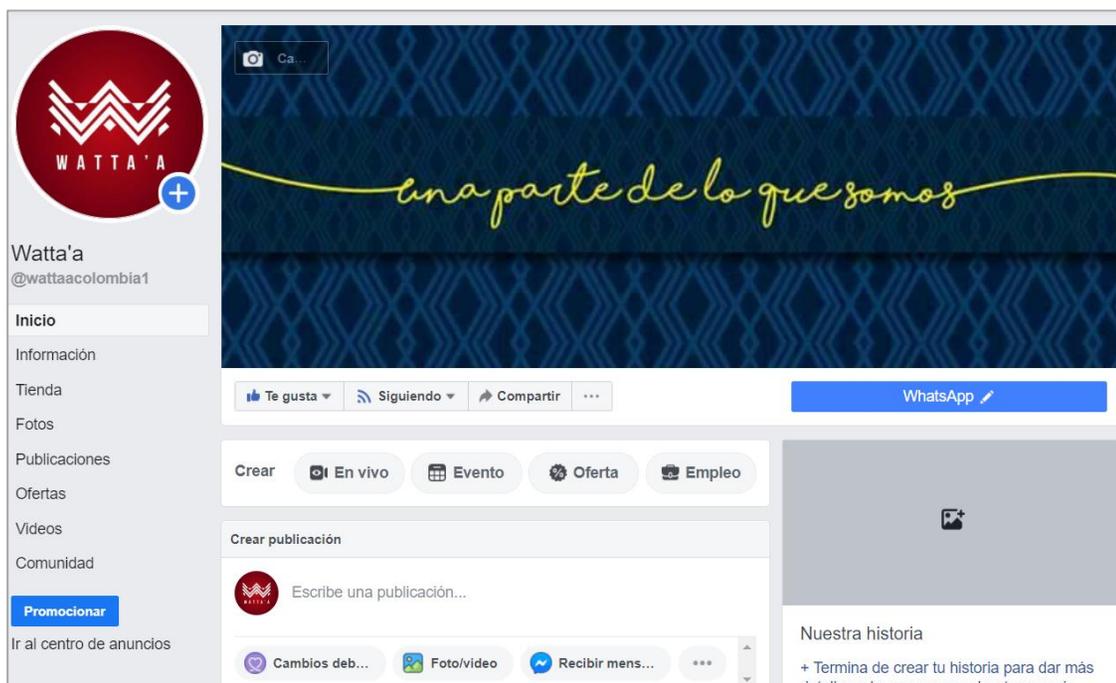
Concepto Creativo: El hogar de la artesanía

- **Tono:** Usaremos un tono de comunicación cercano y empático
- **Manera:** Mediante anuncios publicitarios pagos en Facebook e Instagram.

Para lograr posicionamiento se pautará la página de Facebook y el perfil de Instagram con el fin de generar alcance y reconocimiento.

Para generar leads y ventas se crearán anuncios pago con objetivo de mensajes a Whatsapp y allí concretar la venta.

Página de Facebook



*Ilustración 17 -Mocupck página de Facebook
Fuente: Creación propia*

Perfil Instagram

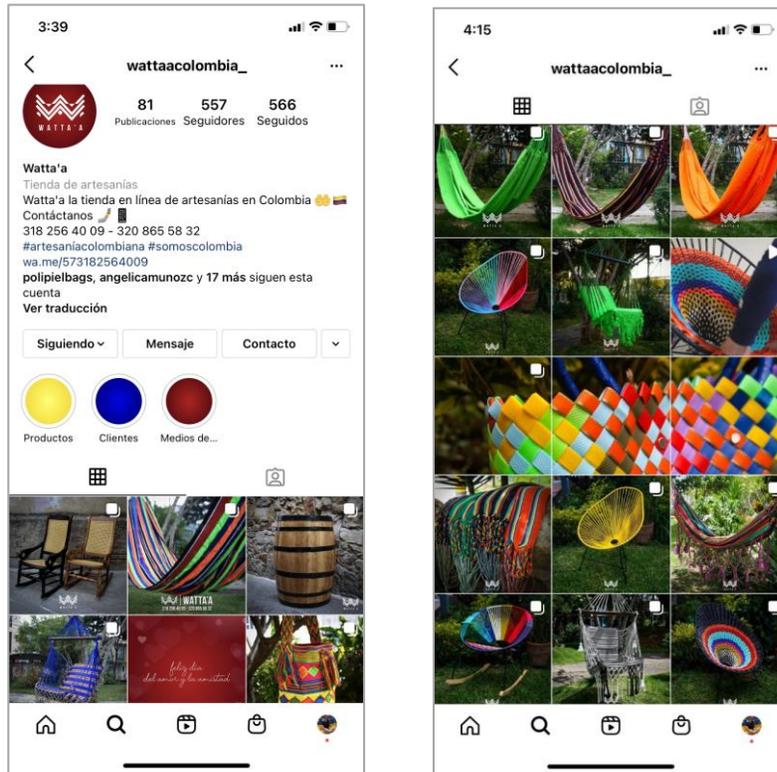


Ilustración 18 - Mocupck página de Instagram
Fuente: Creación propia

Anuncios publicitarios.

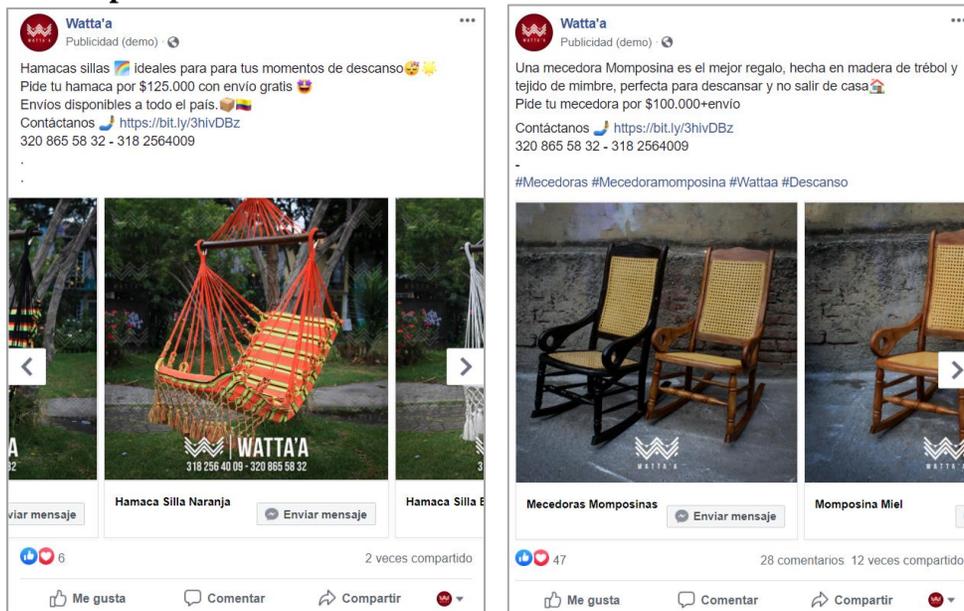


Ilustración 19 - Mocupck página de Instagram
Fuente: Creación propia

Post

- **Producto:** Se evidencia en la siguiente imagen el tipo de publicaciones de producto que se tendrán para la marca



Ilustración 20 - Publicación producto Instagram

Fuente: Creación propia

- **Contenido de valor:** Se evidencia en la siguiente imagen el tipo de publicaciones de contenido de valor que se tendrán para la marca



Ilustración 21 - Publicación contenido de valor

Fuente: Creación propia

- **Fechas especiales:** Se evidencia en la siguiente imagen el tipo de publicaciones para fechas especiales que se tendrán para la marca



Ilustración 22 - Publicación para fechas especiales

Fuente: Creación propia

Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados

Se puede evidenciar que Watta'a artesanías tiene gran diversidad en su portafolio de productos y los precios que manejan oscilan entre los \$40.000 y los \$300.000. Precios que son competitivos en el mercado, además comercializan productos fabricados con materiales de alta calidad y que contribuyen con el medio ambiente.

Los canales de venta que utiliza Watta'a actualmente son netamente digitales los cuales son Facebook, Instagram y Whatsapp Business. Watta'a cuenta con un canal de distribución corto de un nivel en el cual intervienen tres principales entes, el artesano, el minorista (Watta'a) y el cliente final. El cual facilita la comercialización de este debido a que no hay intermediarios.

Watta'a maneja diferentes promociones, esto dependerá de la época y las fechas especiales y su comunicación estará enfocada en el lanzamiento y posicionamiento de la marca a través de diferentes contenidos pautados en los canales digitales anteriormente mencionados, en donde en ellos se dé a conocer las características del producto, los clientes satisfechos y los métodos de pago.

Adicional Watta'a cuenta con dos segmentos de mercado uno tradicional y otro digital, en donde, a través de los canales de venta que se manejan se le hará sentir al usuario todo el conocimiento que se tiene en la industria de las artesanías y de los productos en general, reflejando esta experiencia traída de los procesos de venta tradicional a los medios digitales, esto generará que el cliente sienta seguridad al momento de realizar la compra.

ESTUDIO TÉCNICO

Características de la localización

Los fabricantes se encuentran en la ciudad de Bogotá, Guajira, Atlántico, Risaralda, Barranquilla y Mompós Bolívar.

Características técnicas del producto

Watta'a artesanías comercializa cinco productos los cuales son:

- **Mochilas Wayúu:** Están fabricadas con hilo, tejidas a mano, tiene una amplia variedad de colores y sus medidas son 28 x 25 x 53. Su lugar de elaboración es La Guajira.
- **Hamacas:** Están fabricadas con algodón y herrajes metálicos, tejidas con telar, con flecos y guindos hechos a mano, tiene una amplia variedad de colores y las medidas que se manejan son 140 x 290 y 180 x 269. Su lugar de elaboración es Risaralda, Barranquilla y Bogotá.
- **Bolsas de zuncho:** Están fabricadas de zuncho plástico, tejidas a mano, cuentan con una amplia variedad de colores y tamaños (16 x 12 x 12 - 26 x 15 x 27 – 45 x 23 x 46). Su lugar de elaboración es Bogotá.
- **Sillas Acapulco:** Están fabricadas con mimbre PVC tejidas a mano (tejidos personalizados) y una estructura metálica, tiene variedad de colores y sus medidas son 65 x 95 x 60. Su lugar de elaboración es Bogotá.
- **Mecedoras momposinas:** Están fabricadas en madera de trébol y mimbre laminado, son pintadas a mano por artesanos cordobeses, cuenta con dos colores los cuales son natural y envejecido y sus medidas son de 120 x 60 x 50. Su lugar de elaboración es Mompós, Bolívar.

Descripción de la materia prima y los materiales

En la elaboración de los productos que se comercializan se utilizan los siguientes materiales de alta calidad para su fabricación como los son: hilo, algodón, herraje metálico, zuncho plástico, mimbre PVC, estructura metálica, madera de trébol y mimbre laminado.

Características de la cadena de suministros

De acuerdo con las ventas que se tengan, se realiza nuevamente el pedido y de esta manera se abastece para no perder la venta.



Ilustración 23 - Cadena de suministros Watta'a
 Fuente: Creación propia

Descripción de proveedores

Actualmente Watta'a maneja cuatro proveedores:



Ilustración 24 – Descripción proveedores
 Fuente: Creación propia

Perfiles de los puestos de trabajo

Actualmente en Watta'a se manejan tres perfiles los cuales son: las relaciones públicas, la parte publicitaria y la contable y financiera.

Funciones y responsabilidades

Encargado	Responsabilidades	Funciones
Laura Valentina Villamil Muñoz	Relaciones Públicas	Es la encargada de realizar el contacto con los artesanos de las diferentes regiones del país para gestionar el producto que se va a comercializar a través de los canales digitales y seguir las tendencias del mercado (diseños, colores, materiales, etc).
Arley Fabian Carrillo Gomez	Publicidad	Es el encargado de crear, fotografiar y diseñar el contenido que se utilizara en los canales digitales. Adicional será el que valide y apruebe en que nuevas redes podemos incursionar.
Paula Andrea Rios Rativa	Contable y Financiera	Es la encargada de realizar la investigación de nuevos mercados, hacer el seguimiento de las métricas y la parte financiera y contable.

Tabla 4 – Roles de trabajo

Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico

Se evidencia que Watta'a artesanías comercializa productos de alta calidad por los materiales que se utilizan en su fabricación, además tiene definido el paso a paso en la cadena de suministros, lo cual genera que no hayan reprocesos en ninguna de sus etapas.

En cada etapa de la cadena de suministros se tiene en cuenta cada paso desde el pedido a proveedor hasta la toma de fotos y la comercialización de los mismos a través de los canales digitales, esto va de acuerdo a las ventas que se tengan.

Adicional maneja cuatro proveedores los cuales están ubicados en diferentes regiones del país (Bogotá, Mompós - Bolívar, Guajira y Atlántico) especializados en cada uno de los productos que manejan, en donde a través de ellos muestran el arte de cada región y cultura.

Así mismo Watta'a cuenta con tres perfiles de trabajo, los cuales son las relaciones públicas, publicidad y la parte contable y financiera.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Descripción general de la estructura de la empresa

A continuación, describiremos cómo está conformada la empresa Watta'a, resaltando su organigrama, misión y visión y sus valores organizacionales.

Organigrama



Ilustración 25 – Organigrama empresarial
Fuente: Creación propia

Legalización

Watta'a será una empresa constituida legalmente como Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S) ya que cuenta con tres socios con participación accionaria dividida en partes iguales.

Será registrada ante la cámara de comercio de Bogotá y la Dian para efectos tributarios.

Finalmente la marca deberá registrarse ante la Superintendencia de industria y comercio (SIC).

Visión

En el 2023 lograr establecer a Watta'a como una marca líder en el sector artesanal on-line, posicionándonos como una empresa que apoya la cultura de los artesanos colombianos.

Misión

Resaltar la cultura colombiana representada por las artesanías de las diferentes regiones del país, a través de la modernización de los canales de venta con el fin de acercar estas culturas a las nuevas generaciones.

Valores organizacionales

Los valores organizacionales que representa a Watta'a son:

- **Calidad:** Estamos comprometidos a entregar a nuestros clientes productos que satisfagan sus necesidades en cuanto a durabilidad y calidad de los materiales utilizados.
- **Cumplimiento:** Garantizamos que los productos llegarán en las fechas establecidas y en las condiciones indicadas.
- **Trabajo en equipo:** Trabajamos de la mano de grandes artesanos que junto con el equipo interno de Watta'a se logra cumplir con los objetivos propuestos en los diferentes eventos.
- **Pasión:** Nos entusiasma lo que hacemos y eso es lo que queremos proyectar a través de nuestra atención al usuario.
- **Amor:** Amamos el talento de nuestro país y por eso queremos llevarlo a todos los rincones de Colombia.

Socios Estratégicos

Los socios estratégicos son los siguientes:

- **Laura Valentina Villamil Muñoz:** Es la encargada de realizar el contacto con los artesanos de las diferentes regiones del país para gestionar el producto que se va a comercializar a través de los canales digitales y seguir las tendencias del mercado (diseños, colores, materiales, etc).
- **Arley Fabian Carrillo Gomez:** Es el encargado de crear, fotografiar y diseñar el contenido que se utilizara en los canales digitales. Adicional será el que valide y apruebe en que nuevas redes podemos incursionar.
- **Paula Andrea Rios Rativa:** Es la encargada de realizar la investigación de nuevos mercados, hacer el seguimiento de las métricas y la parte financiera y contable.

Políticas Generales

Política de proveedores

1. **Entrega y cumplimiento:** El proveedor se compromete a entregar los productos solicitados por Watta'a máximo en 5 días hábiles a partir de la fecha de solicitud
2. **Calidad:** Watta'a se reserva el derecho de no recibir mercancía en mal estado o con características diferentes a las solicitadas: color, material o acabados.
3. **Pagos:** Watta'a hará el pago de la mercancía solicitada únicamente por medio de transferencia bancaria, dicha transferencia se realizará en el momento en que se reciban los productos y aprueben el control de calidad.

Política de clientes

1. **Política de tratamiento de datos:** Ley 1581 de 2012
2. **Calidad:** Watta'a ofrecerá a sus clientes productos de la mejor calidad.
3. **Cambios y devoluciones:** Wattana podrá hacer el cambio de alguno de los productos adquiridos por los clientes en caso de que los reciban en mal estado.

No se harán devoluciones de dinero después de haber adquirido el producto, en caso de tener alguna inconformidad se debe dar a conocer a la marca y esta se encargará de resolver de la mejor manera sin afectar al cliente.

4. **Precios:** Los precios determinados por Watta'a y dados a conocer en sus publicaciones no tienen incluido el envío, excepto en algunos casos en los que exista una oferta o similar, este costo lo debe asumir el cliente dependiendo en la zona en la que esté ubicado.

Política de ventas

1. **Ofertas y promociones:** Todas nuestras ofertas y promociones serán dadas a conocer a través de nuestras redes sociales oficiales de nuestra marca, están sujetas a la vigencia especificada en la promoción o hasta agotar existencias

Los precios de ofertas y promociones sólo podrán ser válidos durante la vigencia de la promoción, que serán estipulados en cada una de las publicaciones

2. **Envíos:** Todos los envíos se realizarán a través de las siguientes transportadoras autorizadas a nivel nacional como: Servientrega, Coordinadora y Envía.
3. **Tiempos de entrega:** Watta'a se compromete a entregar los productos ordenados entre 3 y 5 días hábiles en territorio nacional y zonas no especiales, para las zonas especiales como la Guajira, Amazonas y Putumayo se estiman entre 5 y 7 días hábiles.

Watta'a se compromete a enviar las guías de rastreo generadas a cada uno de sus clientes para su respectivo seguimiento.

4. **Métodos de pago:** Se determinan los siguientes métodos de pago, a nivel nacional, pago contra entrega en efectivo, transferencia bancaria a Nequi, Daviplata y Bancolombia, para el caso de Bogotá existe un método de pago adicional que es contraentrega con tarjeta de crédito y débito.

Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo

En esta sección se observa la estructura administrativa que tiene Watta'a artesanías, como Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S) y la participación de tres socios con participación accionaria dividida en partes iguales, en su organigrama cuenta con tres áreas vitales las cuales son la financiera, la comercial y la de comunicación y publicidad.

Adicional se encontrará la parte legal, la visión, la misión y los valores organizacionales como la calidad, el amor, la pasión, entre otros, que hace que Watta'a artesanías tenga una identidad única.

Así mismo se muestran las políticas generales en donde se describe las entregas y cumplimientos, la calidad y los pagos, las políticas de clientes en donde se observa la política de tratamiento de datos, cambios y devoluciones y precios y por último las políticas de venta en donde se encuentra las ofertas y promociones, los envíos, tiempos de entrega y los métodos de pago.

ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL

Impacto Social

Beneficiarios directos del proyecto

Los beneficiarios directos del proyecto son las comunidades artesanales (los artesanos Wayúu y los cordobeses con su núcleo familiar) debido a que Watta'a, tiene proveedores en las diferentes regiones del país, generando así ingresos a estas poblaciones por sus productos elaborados, a través de los canales de venta.

Otro beneficiario directo son los consumidores debido a que están supliendo la necesidad de adquirir productos artesanales de alta calidad fabricados en las diferentes regiones del país.

Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos son las regiones de la andina y el caribe en donde se fabrican las artesanías, algunos de estos municipios son reconocidos mundialmente por sus comunidades, tejidos y colores, generando así el turismo y activando la economía en la región.

Aporte al desarrollo local o regional

Los artesanos acceden a los recursos mediante la presentación de proyectos que justifican la necesidad de apoyo de cofinanciación. Se destaca que, en el esfuerzo por el fortalecimiento de la artesanía en Colombia, son múltiples los factores que intervienen y que deben hacerlo en forma articulada y sostenida; esto es, tanto las comunidades artesanas, los productores de materias primas y los comercializadores, como las instituciones de sector público y privado del orden local, regional, nacional e internacional. Todo ello, para lograr mayores impactos y generar mediante alianzas estratégicas una oferta de apoyo pertinente y sostenido en el tiempo.

Las artesanías como sector de la actividad económica y sociocultural tienen gran importancia estratégica para el desarrollo competitivo del país, siendo múltiples las razones que justifican la aplicación de esfuerzos especiales para procurar su fortalecimiento, debido a que:

- Genera ocupación e ingresos que aportan al bienestar de la comunidad, dinamizando el desarrollo económico local.
- Contribuye al rescate y enriquecimiento de la cultura, a la afirmación de la identidad de las comunidades, de las regiones y de la nación.
- Gran potencial de mercado que puede ser atendido con la artesanía colombiana, tanto a nivel nacional como internacional.
- Marcas de identidad únicas que refuerzan las ventajas comparativas del producto artesanal colombiano.

- Gran potencial para la penetración de mercados verdes y el biocomercio.
- El 70% de la comunidad artesana está conformada por población indígena, afrocolombiana y campesina, cuyos productos son los pocos bienes de intercambio con que cuentan.
- La artesanía en Colombia es producida en forma mayoritaria por mujeres (cerca al 60%), que complementan este trabajo con la atención a otras labores en el agro, domésticas y que incluyen la atención al hogar y el cuidado de los hijos.

La Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del sector Artesanal de ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. encargada de la formulación y ejecución del proyecto Fortalecimiento de la Actividad Artesanal como alternativa de Desarrollo Local 2019-2023 y bajo el liderazgo de la Gerencia General, ha asumido el reto de actualizar sus enfoques, instrumentos y herramientas de gestión, de manera que le permita optimizar la eficiencia, pertinencia, calidad y competitividad de su gestión territorial bajo las orientaciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, los mandatos del Plan de Desarrollo del Gobierno Nacional y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como aporte a una Colombia productiva dentro del actual contexto de Economía Naranja en el país.

Por su parte, el actual Gobierno Nacional ha planteado una serie de acciones, estrategias y políticas con el ánimo de generar un ambiente que propicie el emprendimiento, la productividad, una economía dinámica, incluyente y sostenible, de tal forma que los emprendimientos en el marco de una economía naranja contribuyan al crecimiento, el desarrollo de nuevos productos y procesos y la creación de mercados y competencia dentro de los existentes.

Por esta razón para potencializar el aprovechamiento de la oferta estatal para el desarrollo de industrias creativas, el Gobierno Nacional ha dictaminado el fortalecimiento de los Laboratorios de Innovación y Diseño de Artesanías de Colombia en las regiones con vocación artesanal, para apalancar la generación de valor agregado en los productos artesanales a partir de la Innovación y el Diseño. Así mismo, deberá generar acciones de articulación entre el sector artesanal y las demás actividades pertenecientes a la economía naranja con el fin de escalar una nueva fase de desarrollo, a partir de las capacidades locales existentes en las comunidades artesanales del país. (Artesanías de Colombia, 2018)

Coherencia con el plan de desarrollo nacional

En el Plan Estratégico Sectorial, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia estableció diez objetivos estratégicos, para dar respuesta a la misión institucional, al actual Plan Nacional de Desarrollo: “Pacto por Colombia. Pacto por la equidad. 2018- 2022.” los diez objetivos son:

1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías.
2. Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional.
3. Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.
4. Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal.

5. Fortalecer el posicionamiento de la entidad frente a sus grupos de interés.
6. Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad.
7. Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad.
8. Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas.
9. Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad. Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de artesanías de Colombia.
10. Promover el manejo adecuado de los recursos naturales, materias primas para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.

De los diez objetivos estratégicos, la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal, que lidera uno de los ejes misionales más relevantes de la entidad, tiene por encargo generar acciones que contribuyan a la facilitación del comercio de artesanías.

En Colombia, el fortalecimiento de la actividad artesanal ha permitido visibilizar una práctica real de la economía naranja.

Por ejemplo en el últimos 4 años, entidades como Artesanías de Colombia, han visibilizado más de 27.545 artesanos en 29 departamentos del país, de los cuales en la vigencia 2018 fueron beneficiarios de capacitaciones y asistencias técnicas sobre identificación y potenciación de capacidades humanas y sociales, desarrollo de productos acordes a las necesidades de diferentes mercados, mejoramiento de la calidad en la producción e incremento de oportunidades comerciales en contextos locales, nacionales e internacionales, más de 10.468 beneficiarios.

Estas acciones han permitido destacar el énfasis socioeconómico de la actividad artesanal, el valor dentro del patrimonio cultural de las regiones y del país. Por ejemplo, en el 2018, esta entidad, a través de los Laboratorios de Innovación y Diseño (estrategia implementada en 33 Departamentos), hizo una inversión de 9.828 Millones 1 de pesos logrando apalancar 4.106 millones adicionales para el desarrollo y ejecución de proyectos regionales con énfasis en la calidad, la competitividad y la visibilización de los componentes culturales asociados a esta actividad económica local.

Por último, se considera que la actividad artesanal opera dentro de un escenario local y se articula permanentemente con lo global. Es por esto, que se han establecido acciones institucionales a diferentes escalas de planeación y acción para el desarrollo. Esto implica enfocarse en una serie de complejidades de relación entre diferentes actores (artesanos, instituciones del gobierno departamental y nacional, organizaciones privadas, academia y asociaciones de artesanos entre otros) en las que se supone el consenso y la cooperación de distintos actores e intereses para establecer reglas y normas de juego de carácter multidimensional y participativo.

Por tal razón, se estableció la apertura de servicios institucionales en las regiones con vocación artesanal con el propósito de atender nuevos artesanos e implementar capacidades en diferentes unidades productivas artesanales con el fin de concertar, promover y facilitar la participación

efectiva de los diferentes actores locales interesados en el desarrollo de la actividad artesanal de los departamentos. De igual forma la entidad provee todos los mecanismos para hacer seguimiento a la ejecución de los planes, programas y proyectos, así como también de las diferentes instituciones y organizaciones del orden nacional o regional que se vinculen a la estrategia de los Laboratorios.

También se busca apoyar estrategias y planes de acción, con base en las disponibilidades financieras, las necesidades y problemas económicos, sociales y culturales priorizados por los gobiernos departamentales y municipales y las agrupaciones de artesanos, para el desarrollo de la actividad artesanal. (Artesanías de Colombia, 2019)

Impacto Ambiental

Matriz de riesgos ambientales y plan de mitigación

Matriz de identificación de aspectos y valoración de impactos ambientales - Watta'a				
Zona/Lugar	Actividades	Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Plan de mitigación
Oficinas administrativas	Uso de equipos de cómputo e impresoras y teléfono - Iluminación	Consumo de energía	Agotamiento de los recursos naturales	Desconectar los equipos y apagar las luces cuando se dejen de utilizar
	Generación de documentos	Generación de residuos reciclables	Agotamiento de los recursos naturales	- Ubicación y uso de tripletas para la separación de residuos. - Verificación de actividades documentales que se puedan realizar en medios digitales
	Impresión de documentos	Generación de residuos peligrosos	Contaminación de recurso suelo	Llevar los toners y los cartuchos de tinta a centros de reciclado
Cafetería	Utilización de horno microondas	Consumo de energía	Agotamiento de los recursos naturales	Desconectar los hornos cuando se dejen de utilizar
Baños	Uso de baño	Consumo de agua	Contaminación del recurso agua	Sensibilización del uso adecuado del agua (Ahorro de agua durante el lavado de manos, cepillado de dientes, entre otros) y de los residuos del inodoro (papel higiénico, tampones, entre otros)

Tabla 5 - Matriz de riesgos ambientales y plan de mitigación

En esta matriz se observa los impactos ambientales de las diferentes actividades que se realizan en Watta'a con su respectivo plan de mitigación, en donde, se observa que hay tres lugares

principales en los cuales se realizan procesos que de cierta manera generan un impacto ambiental como lo es la parte administrativa, la cafetería y los baños.

Adicional Watta'a en su portafolio maneja productos que contribuyen al cuidado del medio ambiente como los son las bolsas de zuncho las cuales reemplazan las bolsas plásticas que aproximadamente tardan en descomponerse unos 150 años y las hamacas que están fabricadas de algodón 100% natural que a diferencia del sintético no contamina los ríos del ecosistema.

Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social

Se evidencia que Colombia tiene proyectos en los cuales busca fortalecer la artesanía colombiana en donde están involucrados los productores de materias primas y los comercializadores, como instituciones del sector público y privado de orden local, regional, nacional e internacional, debido a que tienen una gran importancia estratégica para el desarrollo competitivo del país.

A través de un plan estratégico sectorial liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en donde en él, se establecen diez objetivos con el fin de generar acciones que contribuyan a la facilitación del comercio de las artesanías.

También se busca apoyar estrategias y planes de acción, con base en las disponibilidades financieras, las necesidades y problemas económicos, sociales y culturales priorizados por los gobiernos departamentales y municipales y las agrupaciones de artesanos, para el desarrollo de la actividad artesanal.

Se identifica que los beneficiarios directos del proyecto son las comunidades artesanales y los indirectos los consumidores. Adicional se puede observar la matriz de riesgos ambientales y su plan de mitigación.

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión inicial

Watta'a estima una inversión para iniciar con su operación de \$10.619.500 que será destinada entre los siguientes aspectos.

Variable	Inversión
Desarrollo de la página web	\$ 2.300.000
Legalización y registro de marca	\$ 238.500
Merchandising	\$ 730.000
Inventario Inicial	\$ 3.025.000
Software contable	\$ 1.260.000
Equipos tecnológicos	\$ 3.000.000
Insumos papelería	\$ 66.000
Total	\$ 10.619.500

Tabla 6 -Inversión inicial

Financiación y fuentes de financiación

El total de la inversión inicial será obtenido de la siguiente manera, el 60% que equivale a \$6.371.700 es el aporte total de los 3 socios divididos en partes iguales, el restante del 40%, \$4.247.800, serán obtenidos a través de un préstamo de libre inversión de la entidad financiera Banco popular, con una tasa de interés del 1,6% MV y un plazo de 12 meses, se estima que se pagarán cuotas mensuales de \$391.869, finalizado el plazo se pagará en total la suma de \$4.702.420

Proyección de ventas

La proyección de ventas de Watta'a se determinó de manera anual, teniendo en cuenta el IPC y el crecimiento anual económico que será de 5,2 % aproximadamente.

Para los meses en los que se evidencia un alza en ventas por temporalidad de productos como mayo, junio, y diciembre se tendrá en cuenta un 25% más de crecimiento.

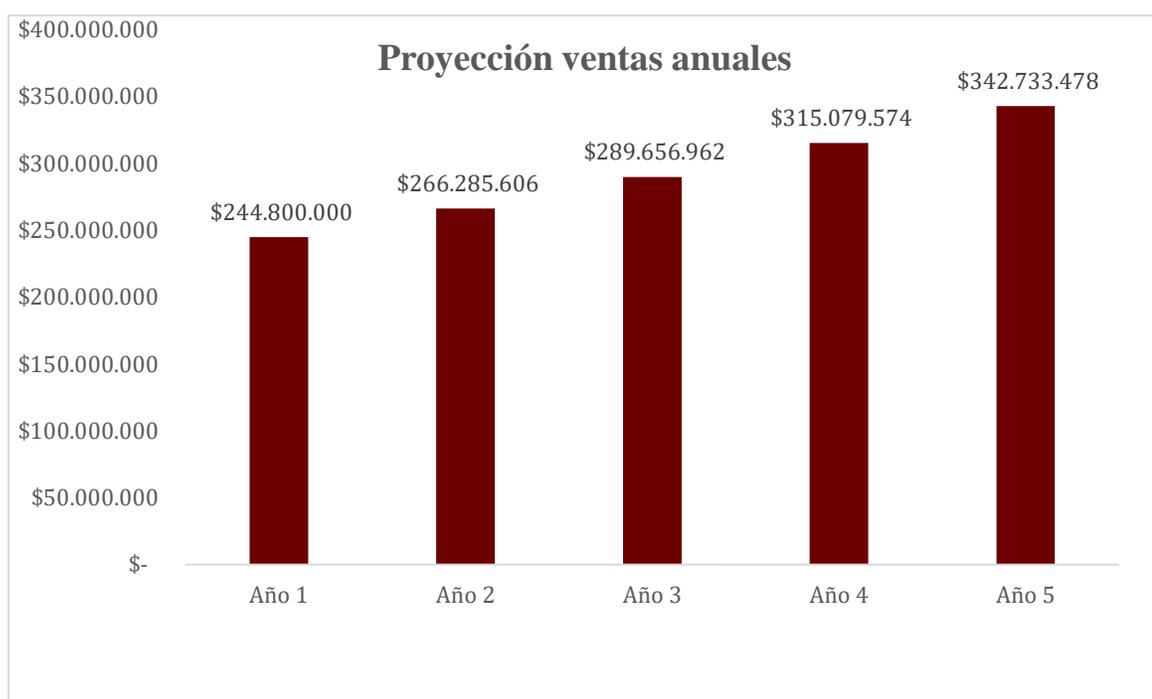


Ilustración 26 - Proyección de ventas

Fuente: Creación propia

Proyección de costos y gastos

En el siguiente grafico se presenta la proyección de gastos y costos de los primeros 5 años de operación, frente a las ventas generadas en el mismo periodo de tiempo, evidenciamos que se

mantiene la viabilidad de la compañía en términos económicos, siendo las ventas muy superiores a los costos y gastos generados

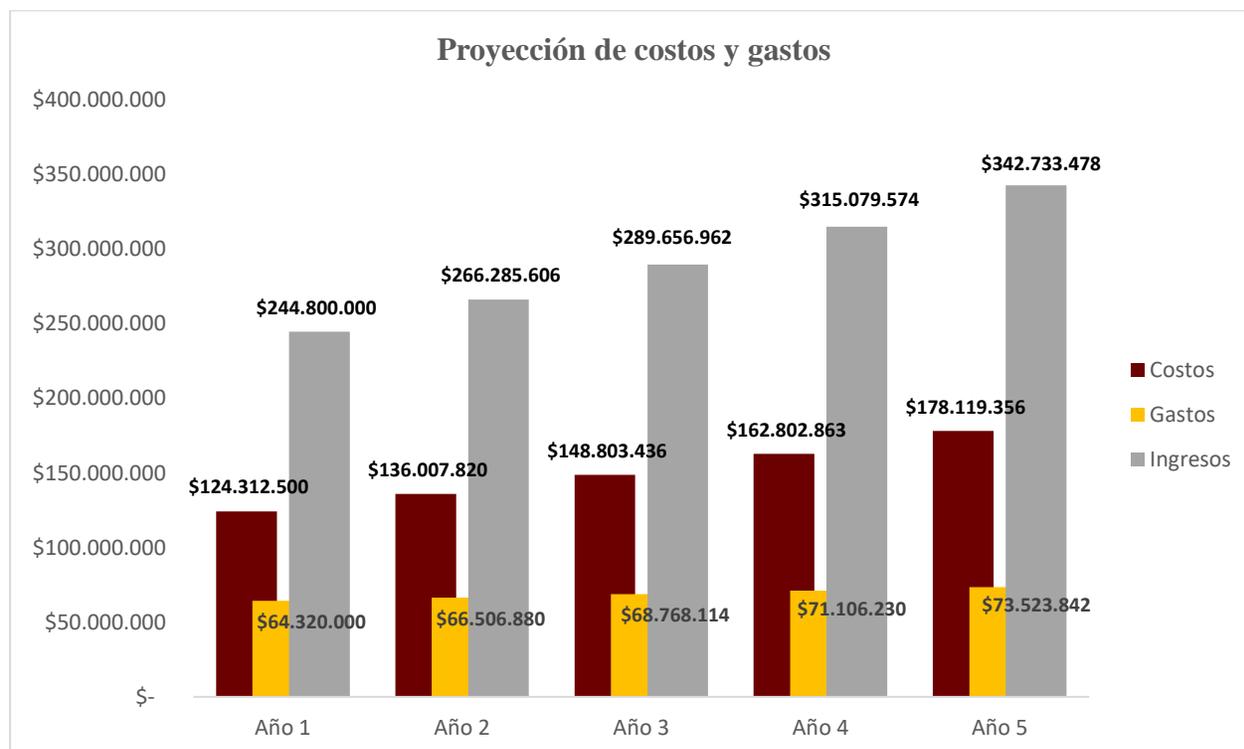


Ilustración 27- Proyección de gastos y costos

Fuente: Creación propia

Flujo de caja proyectado

A continuación, presentamos el flujo de caja de Watta'a para los primeros 5 años, el cual refleja una tendencia muy positiva y sigue ratificando la viabilidad el proyecto.

Se puede evidenciar que bajo este modelo de negocio la inversión inicial se recuperará en el primer año de funcionamiento, adicionalmente se evidencia un crecimiento anual constante y progresivo.

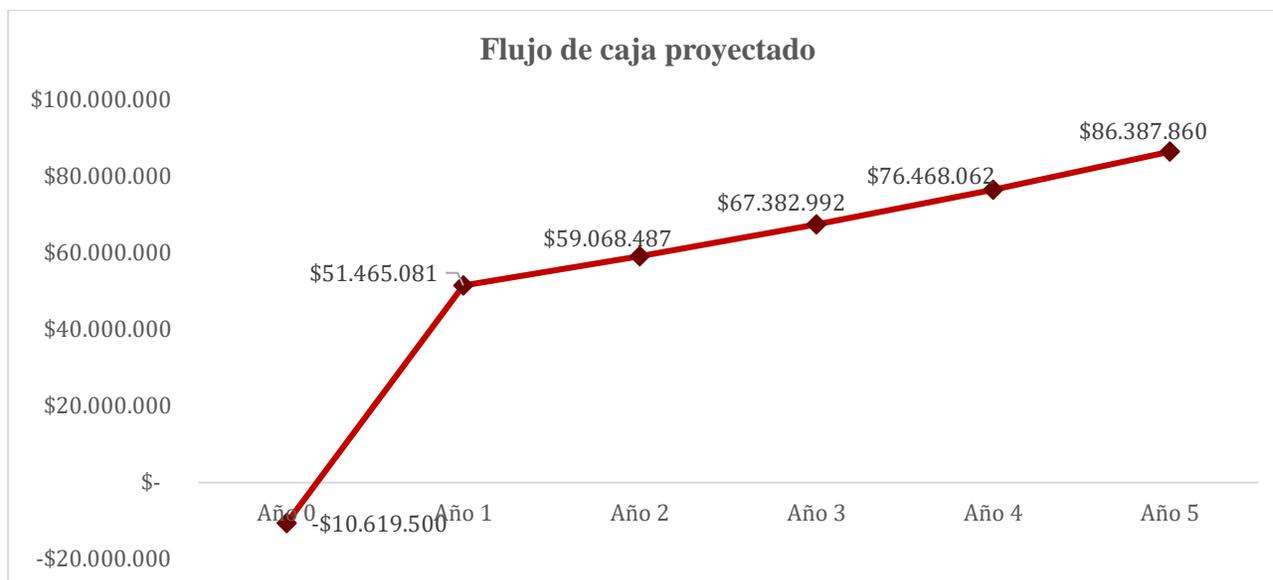


Ilustración 28 - Flujo de caja
Fuente: Creación propia

Indicadores de evaluación del proyecto

Indicadores de evaluación	Valor
VAN de los beneficios	\$148.930.902,95
TIO	32%
TIR	499%
VAN del proyecto	\$138.311.402,95
B/C	\$14,02
Recuperación de la inversión	Primer año

Tabla 7 – Indicadores del proyecto

Análisis de los indicadores.

Watta'a evaluará la totalidad del proyecto con los siguientes indicadores económicos

- **VAN:** En los primeros 5 años de funcionamiento se espera que el proyecto logre valorizar los recursos y tener un capital de \$138.311.402,95.
- **TIO:** Se determina que la tasa de interés promedio de los negocios del sector artesanal en el mercado es del 32%.
- **TIR:** La rentabilidad del proyecto interno anual es de 499%, lo que hace de Watta'a un proyecto muy atractivo teniendo una rentabilidad superior al promedio en el mercado.
- **B/C:** Se observa que la relación beneficio/costo para el negocio es alta, ya que por cada peso invertido el proyecto devuelve \$14,02 pesos.
- **Determinación de la recuperación de la inversión:** De acuerdo con las proyecciones estimadas se evidencia que el flujo de caja será positivo, esto implica que la inversión inicial será recuperada en el primer año de funcionamiento del proyecto.

Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero

Después de analizar en detalle cada una de las variables económicas se ratifica la viabilidad del proyecto Watta'a artesanías, siendo un proyecto muy atractivo financieramente.

Obteniendo una rentabilidad anual de 499%, superior al promedio en el mercado y logrando recuperar la inversión inicial desde el primer año de operación y así obtener un capital de \$138.311.402,95 en los primeros 5 años.

CONCLUSIONES GENERALES

Watta'a artesanías pretende ser un modelo de negocio completamente digital, en el cual se comercialicen productos 100% artesanales que representan las diferentes culturas de cada región de nuestro país, llegando a cada uno de los clientes a través de Facebook, Instagram, WhatsApp Bussines y página web con productos originales y representativos.

La idea de negocio nace gracias al conocimiento familiar que se tiene de la industria y a un acercamiento con la cultura artesanal del pasaje rivas, colonial y Paul de la ciudad de Bogotá. Gracias a este acercamiento cultural y teniendo en cuenta el conocimiento heredado, notamos que es una industria con gran potencial de crecimiento en el ámbito digital y que merece una mayor atención para su conservación en las nuevas generaciones.

Después de tener la idea de negocio planteada, realizamos un análisis externo del mercado, en el cual se evaluó el sector de las artesanías, materias primas, crecimiento del mercado en los últimos años, entre otros, identificando aquellos que nos podrían llegar a afectar.

Dentro de la propuesta de valor destacamos el conocimiento que se tiene de la industria y de los productos en general, reflejando esta experiencia traída de los procesos de venta tradicional a los medios digitales, esto le otorga a la marca un sentido de pertenencia por la industria que transmite hacia el cliente la seguridad y confiabilidad de adquirir los productos. La facilidad que ofrece la marca en cuanto a medios de pago y cobertura de entrega, por medio de aliados estratégicos que hacen posible que el producto artesanal llegue a los diferentes rincones del país.

Los productos ofrecidos por suplen necesidades del cliente tales como, la renovación, decoración y ambientación de espacios del hogar en interiores y exteriores, los diseños únicos y característicos de la artesanía colombiana, de esta forma Watta'a logra acercar la cultura artesanal de las diferentes regiones a los nuevos posibles clientes de este tipo de productos y que interactúan diariamente con los medios digitales.

Nuestras estrategias estarán enfocadas en nuestros dos públicos objetivos, el primero personas entre los 40 años amantes del color y los tejidos, son personas que siempre asisten a ferias y eventos de este tipo, sin embargo, actualmente están incursionando en las compras por medios digitales y el segundo que son personas entre los 25 años, interesadas en conocer el arte, las

costumbres y el significado de las cosas más representativas de cada región del país, son nativos digitales y sus compras siempre las realizan por estos medios.

En cuanto a la matriz de precio de la competencia encontramos que Watta'a artesanías está ubicada en el segundo cuadrante estrategia de valor alto, debido a que igual que sus competidores (Artesanías Junimar, Hipnos, Valente) manejan precios muy similares en el mercado que oscilan desde los \$40.000 a los \$300.000, en cuanto a la fabricación de sus productos manejan materiales de alta calidad como los son el hierro, mimbre pvc, algodón, poliéster.

Los canales de venta que utiliza Watta'a son netamente digitales como Facebook, Instagram y Whatsapp Business. Watta'a cuenta con un canal de distribución corto de un nivel en el cual intervienen tres principales entes, el artesano, el minorista (Watta'a) y el cliente final. El cual facilita la comercialización del mismo debido a que no hay intermediarios.

Watta'a maneja diferentes promociones, esto dependerá de la época y las fechas especiales, su comunicación estará enfocada en el lanzamiento y posicionamiento de la marca a través de diferentes contenidos pautados en los canales digitales anteriormente mencionados, en donde en ellos se dé a conocer las características del producto, los clientes satisfechos y los métodos de pago.

Dentro del estudio social y económico se evidencia que Colombia tiene proyectos en los cuales busca fortalecer la artesanía colombiana en donde están involucrados los productores de materias primas y los comercializadores, como instituciones del sector público y privado de orden local, regional, nacional e internacional, debido a que tienen una gran importancia estratégica para el desarrollo competitivo del país.

A través de un plan estratégico sectorial liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en donde en él, se establecen diez objetivos con el fin de generar acciones que contribuyan a la facilitación del comercio de las artesanías.

Por último, en el análisis financiero se determina la viabilidad del negocio, analizando la inversión inicial para poner en marcha el proyecto, las fuentes de financiación y el flujo de caja.

Presentación del proyecto en modelo canvas



*Ilustración 29 – Modelo Canvas
 Fuente: Creación propia*

BIBLIOGRAFÍA

Artesanías Attia. (2020). Obtenido de <https://www.instagram.com/artesantiasattia/>

Artesanías de Colombia. (2018). *Apyo y fortalecimiento del sector artesanal en Colombia*.

Artesanías de Colombia. (2019). Obtenido de Artesanías de Colombia:

http://www.artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/34583_panorama_artesanal_ilustrado.pdf

Artesanías de Colombia. (2019). *Fortalecimiento de la actividad artesanal, una alternativa de desarrollo económico local y regional 2019-2023 nacional*.

Díaz, N. (2018). *Nuestras artesanías nos hablan de identidad y nos llenan de orgullo*.

Emiliano Artesanías. (2020). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/emilianoartesantias/>

Facebook. (2021). *Facebook Bussines*. Obtenido de

https://www.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns?act=2900121858631&nav_entry_point=comet_bookmark

Hamacas Divinas. (2020). Obtenido de <https://www.instagram.com/hamacasdivinas/>

Hamacas Hipnos. (2020). Obtenido de https://www.instagram.com/hamacas_hipnos/

Junimar. (2020). Obtenido de <https://www.instagram.com/junimar.artesantias.oficial/>

Manteles y Cacerolas. (2020). Obtenido de <https://www.mantelesycacerolas.com/nuestra-historia-mantelesycacerolas.html>

PROCOLOMBIA. (2017). Obtenido de Procolombia: <https://compradores.procolombia.co/es/explore-opportunidades/sector-artesanal>

Rincón, M. C. (2020). *Artesanías colombianas tienen ventas en canales online en medio de la crisis*. La Republica.

Tucurinca. (2020). Obtenido de <https://tucurinca.com.co/nosotros>

Valente Tejido. (2020). Obtenido de <https://www.facebook.com/valentejido>

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 – Porcentaje de fabricación de artesanías	11
Tabla 2 – Porcentaje de ventas por canales	11
Tabla 3 – Matriz de precio competencia	25
Tabla 4 – Roles de trabajo	36
Tabla 5 - Matriz de riesgos ambientales y plan de mitigación	43
Tabla 6 -Inversión inicial	45
Tabla 7 – Indicadores del proyecto	47

LISTADO DE GRÁFICAS

Ilustración 1 – Logo Manteles y Cacerolas	14
Ilustración 2 – Logo artesanías Attia.....	14
Ilustración 3 – Logo Junimar.....	15
Ilustración 4 – Logo Hamacas Divinas	16
Ilustración 5 – Logo Hipnos.....	17
Ilustración 6 – Logo Tucurinca	17
Ilustración 7 – Logo Valente	18
Ilustración 8 – Telaraña de posicionamiento.....	20
Ilustración 9 – Características principales mochilas Wayúu.....	22
Ilustración 10 - Características principales Hamacas	23
Ilustración 11 - Características principales Sillas Acapulco	23
Ilustración 12 - Características principales Mecedoras	24
Ilustración 13 - Características principales Bolsas Zuncho.....	24
Ilustración 14 – Canal de distribución.....	26
Ilustración 15 - Identidad corporativa	27
Ilustración 16 – Manual de identidad corporativa.....	29
Ilustración 17 -Mocupck página de Facebook.....	30
Ilustración 18 - Mocupck página de Instagram	31
Ilustración 19 - Mocupck página de Instagram	31
Ilustración 20 - Publicación producto Instagram.....	32
Ilustración 21 - Publicación contenido de valor	33
Ilustración 22 - Publicación para fechas especiales	33
Ilustración 23 - Cadena de suministros Watta'a	35
Ilustración 24 – Descripción proveedores	35
Ilustración 25 – Organigrama empresarial	37
Ilustración 26 - Proyección de ventas.....	45
Ilustración 27- Proyección de gastos y costos.....	46
Ilustración 28 - Flujo de caja.....	47
Ilustración 29 – Modelo Canvas.....	50

ANEXOS

1. [Telaraña de posicionamiento](#)
2. [Manual de identidad corporativa](#)
3. [Excel estudio financiero Watta'a](#)
4. [Modelo Canvas](#)