



Diseño de proyecto con estrategias de e-commerce para dinamizar la exportación de artesanías upcycling de tejidos

Erika Indira Sánchez Garzón

Eduar Santiago Montoya Pinilla

Luis Fernando Morales García (MSc)

Director y tutor trabajo de grado

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Haga clic aquí o pulse para escribir una fecha.

Contenido

Introducción.....	5
CAPÍTULO I.....	6
1 Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos específicos	6
2 Caracterización de la Organización:	6
3 Planteamiento del problema	7
3.1 Árbol del Problema	7
3.2 Árbol de Objetivos	8
3.3 Análisis de Involucrados.....	9
3.4 Identificación de Alternativas de Solución	12
CAPÍTULO II.....	28
4 Marco de Referencia.....	28
5 Marco teórico	32
6 Marco Metodológico	42
CAPÍTULO III.....	49
7. Desarrollo y Resultados	49
Referencias	73
Anexos	76
Anexo 1. Árbol de problemas.....	77
Anexo 2. Árbol de objetivos.....	77
Anexo 3. Caracterización del sector artesanal Características sociodemográficas Pirámide poblacional 2021(DANE, 2022)	77
Anexo 4. Exportaciones por áreas de los bienes relacionados con las actividades de las Industrias Culturales y Creativas Total Nacional, enero - agosto 2019-2022.....	77
Anexo 5. Análisis de potencial exportador Colombia USA, producto bolsos de mano.....	78
Anexo 6. Diversificación de productos.....	79

Anexo 7. Entrevistas	79
Anexo 8. Cadena de valor Estudio de caso YITOS TEJIDOS.....	82

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo formular y ejecutar un proyecto de upcycling de productos tejidos en crochet con potencial de exportación en el municipio de Soacha, Cundinamarca, a través de un e-commerce.

En la introducción de nuestro estudio, hemos destacado la importancia de este proyecto en el contexto de la transformación productiva, la internacionalización y la acción climática, alineándonos con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y los planes de desarrollo departamental y municipal. Reconocemos la relevancia de integrar estrategias de e-commerce para potenciar la exportación de artesanías upcycling y contribuir al desarrollo sostenible de la región.

En cuanto a la metodología empleada, hemos optado por un enfoque cualitativo y un estudio de caso exploratorio. A través de técnicas como entrevistas, encuestas y consulta bibliográfica, hemos analizado en profundidad los comportamientos de compra, las motivaciones internas y las expectativas de los consumidores respecto a los productos artesanales en técnica crochet. Esta triangulación de información nos ha permitido estandarizar los datos y obtener insights valiosos para la toma de decisiones estratégicas.

Los resultados obtenidos han sido alentadores. Hemos logrado implementar con éxito herramientas de gerencia de proyectos en el e-commerce, identificar las plataformas más adecuadas para emprendimientos exportadores y, lo más importante, incidir positivamente en la generación de ingresos para las mujeres tejedoras de crochet en Soacha. Destacamos la importancia de la economía productiva, la tecnología y la bioeconomía en el desarrollo de emprendimientos artesanales sostenibles y rentables.

En las conclusiones de nuestro trabajo, reafirmamos la relevancia de la capacitación en herramientas tecnológicas para dinamizar emprendimientos, así como la adhesión a los objetivos de desarrollo sostenible relacionados con el trabajo digno, la innovación, la reducción de desigualdades y el consumo responsable. Nuestro proyecto ha demostrado el potencial de los e-commerce para impulsar la exportación de artesanías y generar un impacto positivo en las comunidades locales, fortaleciendo el tejido social y económico de Soacha.

Palabras Clave: Artesanías, exportación, e-commerce, residuo textil, economía circular

Introducción

El uso de plataformas digitales ya no es función exclusiva de programadores y comunicadores. Todos los suministros y servicios que cubren las necesidades humanas están digitalmente presentes. Desde las grandes compañías de software hasta la agricultura y la medicina. Los proyectos sociales generalmente implican participación gubernamental y se dirigen hacia población vulnerable (MÉNDEZ LOZANO, 2016)

Pero qué tal si la iniciativa surge desde proyectos independientes, que pueden recibir beneficios de la institucionalidad, pero en principio son de interés privado. La responsabilidad social empresarial es necesaria en los emprendimientos y desde su inicio. Las necesidades de las comunidades vulnerables requieren acciones ciudadanas. Acciones que generen trabajo, y que promuevan el acceso a la educación y mejora de la calidad de vida.

Las fuentes de financiación son un obstáculo para el avance de los emprendimientos, por eso se requiere una evaluación completa de los requerimientos esenciales y de las herramientas a utilizar en la implementación del proyecto. Los e-commerce representan una oportunidad de darse a conocer al mundo entero, por lo tanto, las posibilidades de crecimiento son más grandes que mantenerse solo en el mercado local. La barrera del idioma inglés y de los contratos internacionales se diluye en la medida que se estandariza el comercio por plataformas digitales.

CAPÍTULO I

1 Objetivos

Objetivo General

Formular y ejecutar un proyecto de upcycling de productos tejidos en crochet con potencial de exportación en el municipio de Soacha Cundinamarca, a través de un e-commerce

Objetivos específicos

1. Implementar las herramientas de gerencia de proyectos en la puesta en marcha del e-commerce y la incursión en mercados internacionales.
2. Establecer las mejores alternativas de plataformas de e-commerce para emprendimientos de potencial exportador
3. Incidir en la generación de ingresos, para las mujeres tejedoras de crochet / o aprendices de tejidos de Soacha, mediante la ejecución y puesta en marcha del proyecto.

2 Caracterización de la Organización:

La iniciativa surge por la pasión de tejido en crochet, de personas de tercera edad y personas en terapia por causas de ansiedad. El emprendimiento se llama Yitos tejidos y procura generar un ingreso para este grupo poblacional. Las ventas de estos productos se vienen desarrollando desde hace varios años y en redes sociales con el logo de Yitos Tejidos desde febrero de 2023. Se desarrollan tejidos en la técnica crochet utilizando material upcycling

(supra reciclaje) de residuo textil y con hilo convencional. Los productos comprenden muñecos para niños, accesorios para dama y ropa tejida. Las ventas se han realizado mediante redes sociales como WhatsApp e Instagram y también por la venta a través de los clientes antiguos. En la ciudad de Bogotá se encuentra la mayor clientela, el perfil es principalmente mujeres de 30 a 50 años.

También se realizó un pedido con destino a California, Estados Unidos, donde se encuentra un familiar. La dificultad radica en el elevado coste del envío de los productos al exterior, al realizarlos como correo estandarizado.

Tabla 1. Empresa Yitos Tejidos

NOMBRE DE LA EMPRESA	YITOS TEJIDOS
PROPIETARIO	MARIA DEL PILAR GARZON
RUT (Registro Único Tributario)	Cedula 41.681.xxx
DIRECCION	Calle 17a #2-30 Hogares Soacha
SECTOR	Manufactura artesanal
ACTIVIDAD	Tejido hecho a mano
NUMERO DE EMPLEADOS	2

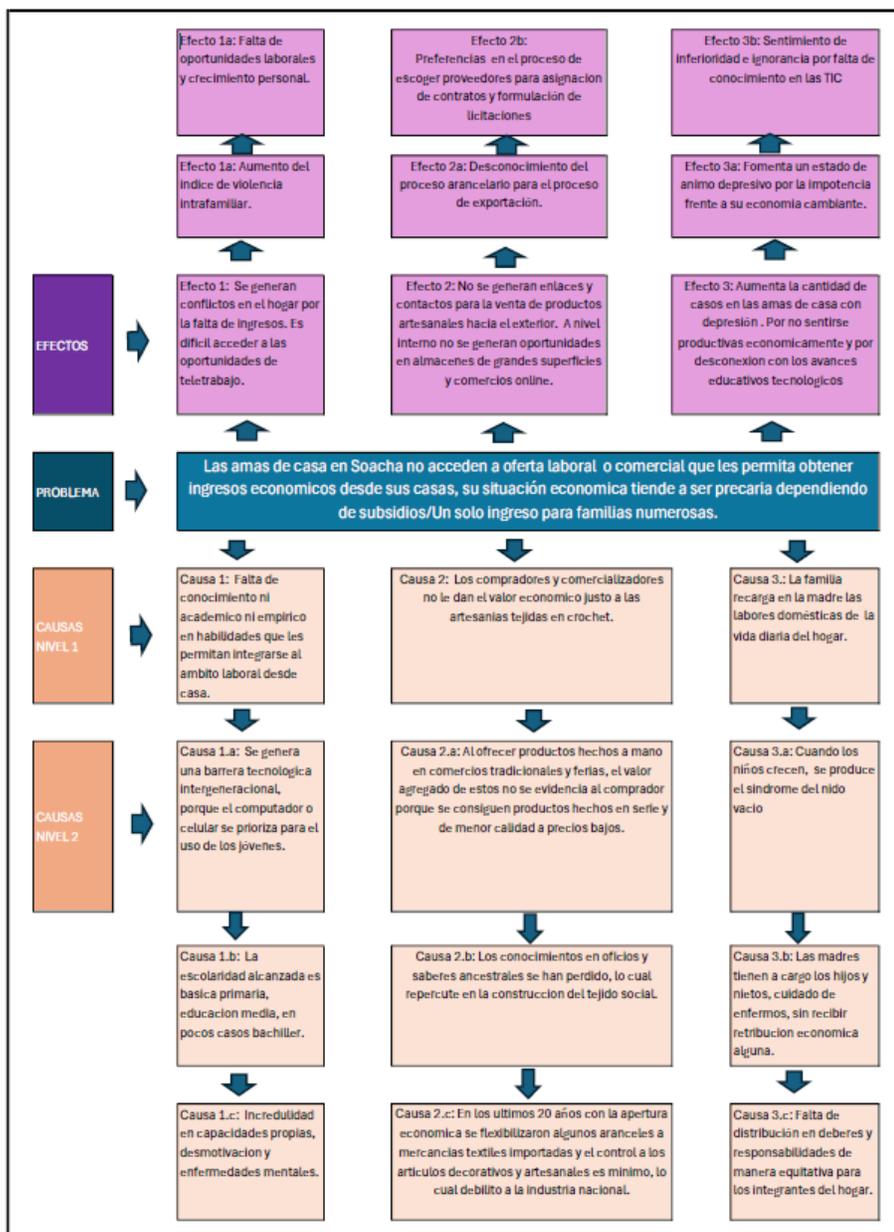
Fuente: elaboración propia (2024)

Se ha planteado la posibilidad de ingresar a plataformas de e-commerce, como Amazon o Alibaba. Por lo tanto, se va a explorar la viabilidad del proyecto, para determinar los recursos a invertir en estas plataformas.

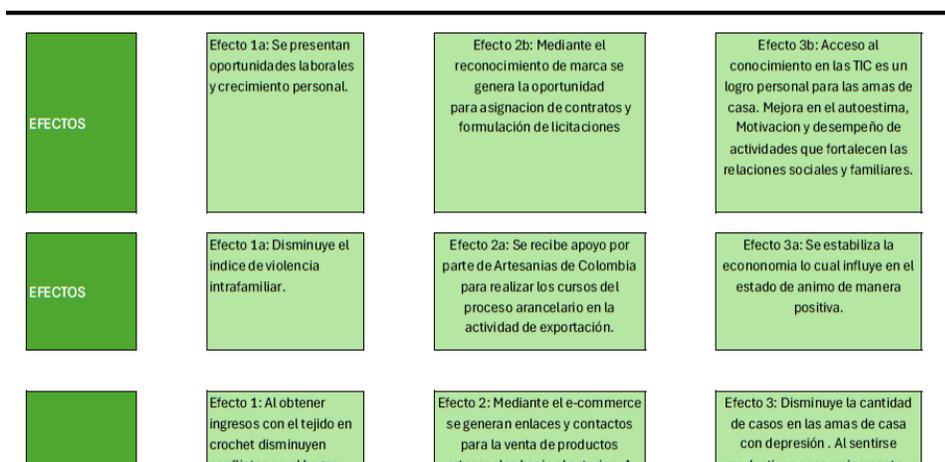
3 Planteamiento del problema

3.1 Árbol del Problema

Imagen 1. Árbol de problemas



Fuente: elaboración propia (2024)



Fuente: elaboración propia (2024)

3.3 Análisis de Involucrados

Tabla 2. Análisis de involucrados (Stakeholders)

PARTICIPANTE	GESTION- CONTRIBUCION
<p>Cámara de Comercio</p> <p>Influencia: Aumentar capacitación empresarial en Soacha</p>	<p>Propone estrategias para convenios en clúster Moda para las empresas de la región. De manera estratégica coloca empresas experimentadas y principiantes, dentro de los grupos de acceso a las ruedas de negocios</p>
<p>Gobernación de Cundinamarca</p> <p>Influencia: Impacto social en el departamento</p>	<p>Brinda oportunidades para obtener recursos para realizar el proyecto. Posee un registro de proveedores con características especiales, tales como apoyo a madres cabeza de hogar, sostenibilidad, empresa /emprendimiento regional.</p>
<p>Universidades del municipio de Soacha</p> <p>ECCI, UNIMINUTO, UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA</p> <p>Influencia: Mediante campañas promueven el emprendimiento social</p>	<p>Realización de ferias de emprendedores sin costo.</p> <p>Asesoría en incubadoras empresariales.</p> <p>Participación en Talleres de emprendimiento social</p>
<p>Ministerio De Comercio Industria y Turismo</p> <p>Influencia: Asesoría comercio exterior</p>	<p>Realización capacitaciones ruedas de negocios para misiones en países extranjeros.</p>
<p>Población de Soacha</p> <p>Influencia: la comunidad soachuna es abierta a las practicas comunitarias de enriquecimiento en saberes colectivos.</p>	<p>Se genera un antecedente de éxito empresarial en la región, donde se conjugan los saberes tradicionales y la transmisión de conocimiento artesanal. Se propone como ejemplo a replicar. La población dedicada a la recolección de botellas PET, se vincula mediante el suministro de los aros de botellas, para el upcycling (supra reciclado) de tejido crochet</p>

<p>Artesanas tejedoras crochet de Soacha</p> <p>Influencia: Elaboración de los productos tejidos en técnica crochet</p>	<p>Constituyen el primer nivel de la organización para lograr una asociación o agrupación de artesanos. Mejora de la calidad de vida mediante ingresos continuos y programas de capacitación.</p>
<p>Textilerías del país</p> <p>Influencia: Generar simbiosis de aprovechamiento de textil sobrante empresas responsables con el ambiente</p>	<p>Donación de textil sobrante. Mediante políticas de Responsabilidad social/ambiental empresarial. Alianzas para cubrimiento de la Economía circular.</p>
<p>Clientes en el país</p> <p>Influencia: Genera constancia en los pedidos y rotación de inventarios</p>	<p>Apoyo al comprar al artesano colombiano. Revisión de calidad de los productos hechos a mano en el país.</p>
<p>Clientes en el extranjero</p> <p>Influencia: Genera mayor ingreso por divisas de mayor poder adquisitivo.</p>	<p>Apoyo al comprar al artesano colombiano. Revisión de calidad de los productos hechos a mano en el país. Identificación de mercados potenciales.</p>
<p>Artesanías de Colombia</p> <p>Influencia: experiencia en la temática artesanal del país.</p>	<p>Promueve la capacitación para la creación de la marca artesanal con Sello artesanal. Alianzas con Superintendencia de Industria y Comercio. Ferias internacionales y nacionales</p>

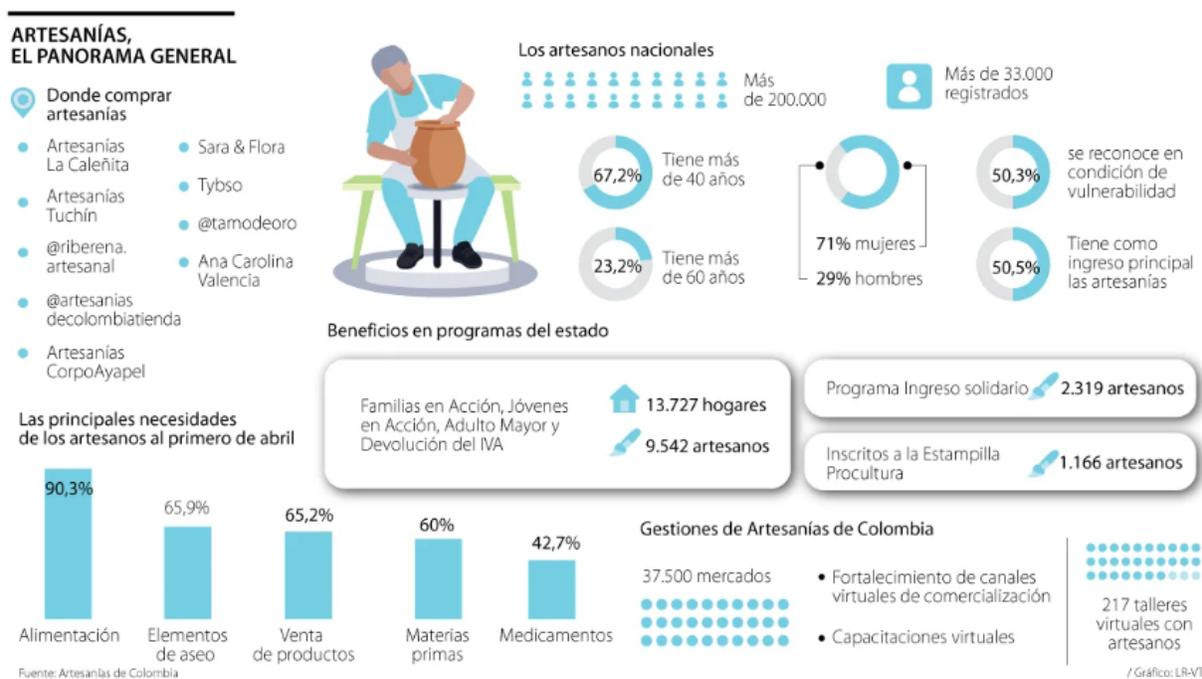
Fuente: elaboración propia (2024)

3.4 Identificación de Alternativas de Solución

ALTERNATIVA 1: Colocar punto de venta de artesanías en Soacha (Cundinamarca)

Los puntos de venta tradicionales de artesanías en sitios turísticos y el uso de plataformas online para la venta en Colombia, presentan un panorama de crecimiento lento. Esta situación hace que las nuevas generaciones no continúen con sus tradiciones por los bajos ingresos. La baja demanda plantea crisis en ventas para este tipo de establecimientos. El sector artesanal no se encuentra preparado para la inmersión en el mundo digital. (La República, 2020) escolaridad es baja y las necesidades básicas apenas son cubiertas con la ayuda de los programas del Estado.

Imagen 3. Panorama general de Artesanías en Colombia



Fuente: Diario La República (La República, 2020)

En la ciudad de Barrancabermeja, estudiantes de Uniminuto analizaron la situación de la empresa Artesanías Contemporáneas La Tierra Prometida, donde se presentaba exceso de inventario, bajas ventas, esto a pesar de los recursos del Estado que habían logrado adquirir. (Medina & Otero, 2022). Mediante el Fonde Emprender lograron mejorar su capacidad instalada (maquinaria, insumos, materias primas) pero su estrategia comercial y los años de pandemia no permitieron continuar con el flujo de caja necesario para mantener el funcionamiento del negocio. Revisando este ejemplo, se puede observar que, sin tener músculo financiero, con un mercado definido y una clientela fiel, no es conveniente realizar inversiones de arrendamiento o compra de locales e infraestructura compleja.

La tendencia hacia el marketing digital es innegable y a pesar de que se mantienen locales de venta al por menor, la inversión en este tipo de negocios es muy alta, además que los artesanos después de la pandemia prefieren continuar sus labores desde sus talleres en casa, para disminuir los costos. Empresas de joyería artesanal que antes de la pandemia tenían empleados en sus locales comerciales, después de pandemia prefirieron continuar con el trabajo en casa de los artesanos (home office). (La Republica, 2020)

Otra dificultad encontrada al colocar un punto de venta de artesanías en Soacha consiste en la baja capacidad adquisitiva de los habitantes del sector; debido a que más del 70 % de la población tiene ingresos de un salario mínimo o menos. También preocupa que de lunes a viernes el acceso a comercios es limitado, ya que la mayoría de los trabajadores solo dispone para salir al comercio de Soacha los sábados por la tarde y domingos. (Duque-Duque et al., 2020) Ante esta situación, genera días vacíos de clientes que un emprendimiento no puede costear.

ALTERNATIVA 2: E-COMMERCE con potencial exportador

Las expectativas para incursionar en el mercado de Estados Unidos se caracterizan por tener una base cimentada en las experiencias de instituciones como Artesanías de Colombia y de Artesanías de Cundinamarca, quienes tienen varios proyectos que involucran al artesano, para que sea gerente de su propia empresa. Actualmente se están tomando dos cursos de emprendimiento, el curso de Artesanías de Colombia está enfocado al marketing (mercadeo y estudios de mercado), mientras que el curso de Artesanías de Cundinamarca incide en la creación de una marca y un estilo propios.

Para la empresa YITOS TEJIDOS, la expectativa de exportar productos va de la mano con el programa de MINTIC para creación de página web y difusión de proyectos. Mediante el negocio en línea, se utilizan diferentes estrategias de mercadeo y se envían los pedidos a USA. Otra opción sería con Amazon, siempre y cuando la capacidad instalada de producción este implementada.

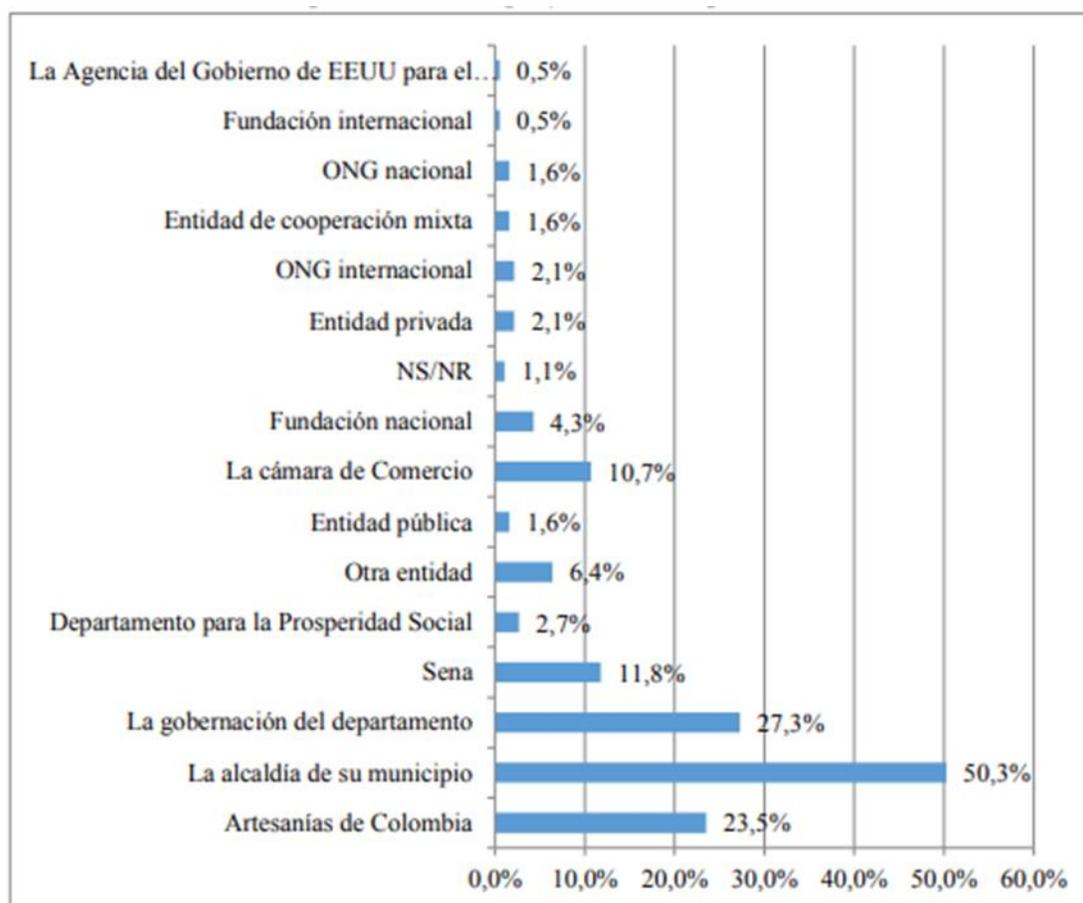
Tabla 3. Instituciones Promotoras De Canales Exportadores En Cundinamarca

MANAR (EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE CUNDINAMARCA) desde el IDECUT (INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE CUNDINAMARCA)	<ul style="list-style-type: none"> – Conferencias sobre experiencias con CANALES COURIER (Correo exprés) y se envían CANTIDADES MENORES AL VALOR DE USD 200 <ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento a las órdenes de entrega – No requiere procesos de aduana
ARTESANIAS DE COLOMBIA	<ul style="list-style-type: none"> – Participación en el stand de las ferias artesanales nacionales (CORFERIAS, Medellín) – Cursos de participación anual.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Las expectativas para incursionar en el mercado de Estados Unidos se caracterizan por tener una base cimentada en las experiencias de instituciones como Artesanías de Colombia y de Artesanías de Cundinamarca, quienes tienen varios proyectos que involucran al artesano, para que sea gerente de su propia empresa. Actualmente se están tomando dos cursos de emprendimiento, el curso de Artesanías de Colombia está enfocado al marketing (mercadeo y estudios de mercado), mientras que el curso de Artesanías de Cundinamarca incide en la creación de una marca y un estilo propios.

Imagen 4. Apoyos al artesano en Cundinamarca



Fuente: Amézquita & Serrano, (2016)

Las entidades gubernamentales son un bastión de ayuda para los artesanos, ya que las labores de alcaldías, gobernaciones y de Artesanías de Colombia se enmarcan en promover el emprendimiento y en este caso directamente los emprendimientos artesanales.

Tabla 4. Expectativas actuales para ingresar al E-COMMERCE

<p>MINTIC (Ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • TU NEGOCIO EN LINEA “NEGOS” Creación de una tienda virtual Pagos virtuales. Capacitaciones sin costo por un año
<p>Plataforma Amazon</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “Página HANDMADE, para artesanos • Amazon tradicional. Cobro mensual

Fuente: elaboración propia (2024)

Para la empresa YITOS TEJIDOS, la expectativa de exportar productos va de la mano con el programa de MINTIC para creación de página web y difusión de proyectos.

Mediante el negocio en línea, podremos probar diferentes estrategias de mercadeo y empezar a enviar pedidos a USA. Otra opción sería con Amazon, siempre en cuando la capacidad instalada de producción sea suficiente para satisfacer una demanda creciente, en una herramienta digital globalizada.

Para la siguiente fase del emprendimiento Yitos Tejidos, se conectará el WhatsApp a la página online creada con las herramientas llamadas NEGOS. La plataforma en línea es amigable y permite subir archivos al espacio destinado para ello.

Imagen 5. Documentos Findeter y Min tic Plataforma Tu negocio en línea (MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)

- Gestión de la información asociada a los productos, tales como categorías, título, descripción, precios, imágenes, etc.
- Actualización de productos de manera singular y masiva a través de archivos CSV.
- Ordenamiento automático y de forma manual de los productos en el sitio web, de acuerdo con los productos disponibles.

2.3. Módulo CMS (Content Management System): Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión SEO en los contenidos y landing pages.
- Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.

2.4. Módulo CRM (Customer Relationship Management): Corresponde al módulo para la gestión de relacionamiento de clientes, de los que establecen la relación a través del ecommerce. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión centralizada de las solicitudes creadas por los usuarios, independiente del canal de apertura. (Sitio Web)
- Integración nativa con plataformas que permitan la recolección de los datos comportamentales de los consumidores, para futuro uso en campañas de Marketing dirigidas a segmentos de mercado específicos.

2.5. Módulo OMS (Order Management System): Corresponde al módulo para la gestión de pedidos solicitados en el e-commerce. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión del ciclo de vida de un pedido.
- Gestión de ruta óptima para la entrega de los productos, bienes o servicios según la geolocalización de los usuarios clientes, teniendo presente los tiempos de entrega.
- Gestión de devoluciones y cambios.
- Gestión centralizada de los pedidos independiente del canal de venta (Sitio Web).

2.6. Módulo WMS (Warehouse Management System): Corresponde al módulo para la gestión del inventario. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión de inventario disponible y reservado por pedidos actualmente en proceso.
- Gestión de picking / packing.
- Gestión de reportes de los productos, bienes o servicios disponibles en cada una de las bodegas.
- Programación automática de recogida del pedido en la bodega.

2.7. Módulo de Marketing: Corresponde al módulo para la gestión de promociones y campañas de marketing. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Sistema de promociones de producto, a nivel de precio.
- Gestión de precios y promociones por variante.
- Gestión centralizada de campañas de marketing Adwords, Newsletter, Banners.

Findeter
Banco de Desarrollo Tecnológico

Tu Negocio EN LÍNEA

Fuente: Ministerio de Comercio (2023)

Imagen 6. Preguntas frecuentes Amazon Handmade (Amazon, s/f)



The screenshot shows the Amazon Handmade FAQ page. At the top, there is a navigation bar with the Amazon logo, links for Start, Grow, Learn, Pricing, and Blog, a Sign up button, and a search icon. The main heading is "Preguntas frecuentes" (Frequently Asked Questions) with the subtext "Obtén respuestas a las preguntas frecuentes sobre Amazon Handmade." Below this, there are three FAQ items, each with a question, an answer, and a "Más información" link.

sell.amazon.com/es/programs/handmade

amazon Start ▾ Grow ▾ Learn ▾ Pricing ▾ Blog ▾ Sign up

Preguntas frecuentes

Obtén respuestas a las preguntas frecuentes sobre Amazon Handmade.

¿Quién puede vender en Amazon Handmade?

La tienda de Amazon Handmade está disponible para que los artesanos vendan sus productos hechos a mano a millones de clientes de Amazon en todo el mundo. Amazon usa un proceso de solicitud para agregar nuevos artesanos a la categoría Amazon Handmade con el fin de garantizar que los clientes puedan comprar con confianza.

¿Cómo funcionan tus tarifas?

Unirse a Amazon Handmade, crear tu tienda y publicar productos es gratis. Cuando hagas una venta, Amazon Handmade deduce una tarifa por referencia del 15 %.

Durante el registro, te inscribirás con un plan de ventas Profesional que te proporcionará herramientas específicas de Amazon Handmade y asistencia para hacer crecer tu negocio. Aunque el plan de ventas Profesional cuesta \$39.99 por mes para un vendedor de Amazon, no se aplicará esta tarifa mensual a los solicitantes autorizados después del primer mes.

[Más información sobre nuestras tarifas](#)

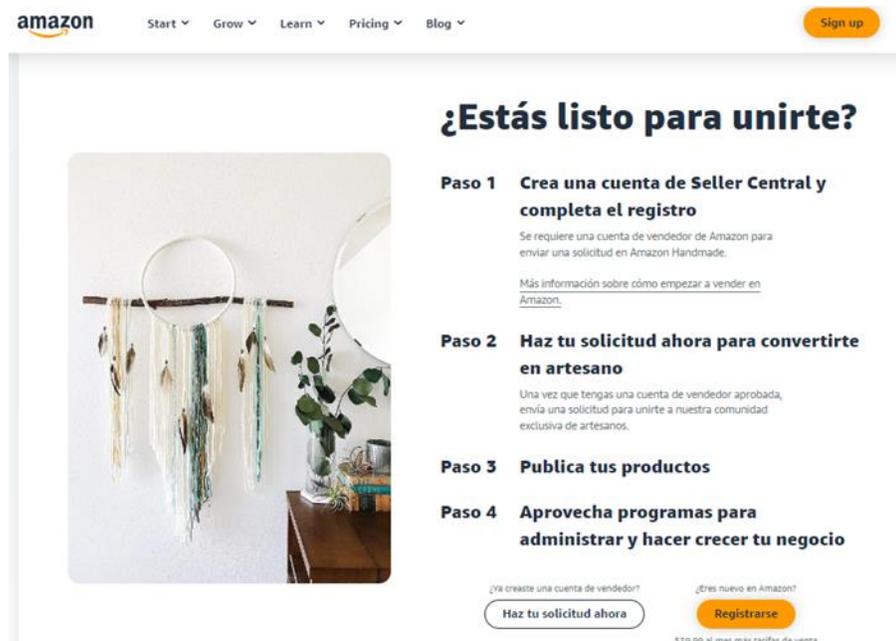
¿Qué tengo que hacer para crear una tienda de Amazon Handmade?

En primer lugar, tendrás que configurar una cuenta de vendedor en Amazon. Para comenzar, visita [Cómo empezar a vender en Amazon](#). Una vez que hayas completado el registro, podrás solicitar autorización para vender en Amazon Handmade, donde solicitaremos detalles sobre tus productos y negocio para garantizar la integridad de la tienda de Amazon Handmade. Una vez que se te apruebe, los recursos estarán disponibles para crear tu primer listado de Amazon Handmade y administrar tu

Fuente: Amazon Handmade (Amazon, s/f)

Se plantea establecer contacto con Amazon hecho a mano para el 3 año de funcionamiento de la empresa, con el fin de incorporar más personal y fortalecer la línea de producción y tiempos de entrega.

Imagen 7. Amazon handmade formulario de registro (Amazon, s/f)



Fuente: Amazon Handmade (Amazon, s/f)

Se necesita más información de los costos del servicio de Amazon y explorar las alternativas de publicaciones y publicidad, dentro de esta plataforma.

INVESTIGACION DE MERCADOS

“El estudio de mercado es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta” (Rodríguez Aranday, 2018)

Para Procolombia (PROCOLOMBIA, 2019) un mercado potencial en el exterior para las artesanías colombianas, por sustentabilidad, calidad y hechura a mano. Principalmente Estados Unidos, España, Francia, Italia y Japón. También es considerado un incentivo para la compra la historia detrás de cada artículo, las tradiciones y texturas naturales. En la pirámide poblacional de los artesanos en Colombia se observa que no hay sucesión generacional, la mayoría de la población artesana es adulta. (Ver anexo 2)

De acuerdo con cifras del ITC (CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2023) al hacer el ejercicio del mercado potencial para el producto "Bolsos de mano textil se encuentra que Estados Unidos es el mercado encontrado con 42,6 %. (Ver Anexos 4 y 5)

Se realiza el ejercicio con el código 621790 Partes accesorios de vestir (CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2023) se encuentra que debido a los acuerdos firmados no aplica arancel de USA. (Ver Anexos Imagen 5)

Las cifras del DANE de la exportación de arte y patrimonio en 2022 son significativas, constituyen un renglón de la economía para explorar y apoyar su exportación. (Ver Anexos Imagen 2)

Tabla 5. Ubicación geográfica

ITEM	TEXTO
País oferente	Colombia
Región	Cundinamarca
Municipio	Soacha
País demandante	Estados Unidos
Objeto	Bolsos de mano y bisutería tipo artesanía tejida en crochet y telas recicladas
Temporalidad	2024 a 2025

Fuente: elaboración propia (2024)

Justificación Del Mercado Objetivo:

Se encuentra vigente el Acuerdo comercial Colombia USA

Imagen 8. Acuerdos comerciales de Estados Unidos

Acuerdo comercial	Tipo de Acuerdo	Estado	Firma	Entrada en vigor	Composición del AC
Estados Unidos - Israel	ALC	En vigor	1985-04-22	1985-08-19	Bilateral
Estados Unidos - Jordania	ALC y AIE	En vigor	2000-10-24	2001-12-17	Bilateral
Estados Unidos - Singapur	ALC y AIE	En vigor	2003-05-06	2004-01-01	Bilateral
Estados Unidos - Chile	ALC y AIE	En vigor	2003-06-06	2004-01-01	Bilateral
Estados Unidos - Australia	ALC y AIE	En vigor	2004-05-18	2005-01-01	Bilateral
Estados Unidos - Marruecos	ALC y AIE	En vigor	2004-06-15	2006-01-01	Bilateral
Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos (CAFTA-DR)	ALC y AIE	En vigor	2004-08-05	2006-03-01	Plurilateral
Estados Unidos - Bahrein	ALC y AIE	En vigor	2005-09-14	2006-08-01	Bilateral
Estados Unidos - Omán	ALC y AIE	En vigor	2006-01-19	2009-01-01	Bilateral
Estados Unidos - Perú	ALC y AIE	En vigor	2006-04-12	2009-02-01	Bilateral
Estados Unidos - Colombia	ALC y AIE	En vigor	2006-11-22	2012-05-15	Bilateral
Estados Unidos - Panamá	ALC y AIE	En vigor	2007-06-28	2012-10-31	Bilateral
Corea, República de - Estados Unidos	ALC y AIE	En vigor	2007-06-30	2012-03-15	Bilateral
Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC)	ALC y AIE	En vigor	2018-11-30	2020-07-01	Plurilateral
Unión Europea - Estados Unidos		Anuncio previo - en curso de negociación			Bilateral; Una de las Partes es un ACR

Fuente: OMC

Ordenado por fecha de firma del acuerdo.

Definiciones: AIE: Agrupación de Interés económico; ALC: Acuerdos de Libre Comercio;

AAP: Acuerdo de Alcance Parcial; UA: Unión Aduanera; ACE: Acuerdo de Complementación Económica.

Fuente: MINCIT (MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO COLOMBIA, 2023)

Los acuerdos vigentes entre Colombia y Estados Unidos promueven la exportación de textiles y confecciones, dado que desde 2012 se lograron preferencias a largo plazo.

Segmentación Demográfica

Los productos de bisutería, bolsos de mano, llaveros y muñecos están dirigidos a niños, mujeres y hombres desde 10 hasta 90 años, quienes aprecian el legado cultural de los tejidos hechos a mano, su belleza, su calidad y el uso sostenible de los recursos naturales. Los compradores, sin embargo, se caracterizan por tener manejo de e-commerce y pagos por plataformas digitales, especificando la población objetivo en el rango de edad de 18 hasta 90 años.

Segmentación Psicográfica

El público objetivo está conformado por personas de todas las edades que aprecian el arte en los objetos y desean apreciar y compartir y regalar la belleza de objetos creados a mano. Hay influencia de la herencia latina, europea y asiática en la tradición del tejido crochet.

De acuerdo con la indagación preliminar, el proyecto de artesanías de crochet y material upcycling para el mercado de USA permitirá lograr un margen de utilidad para el artesano productor, no solo para el comercializador.

Tabla 6. Investigación de mercados artesanías upcycling tejido técnica crochet

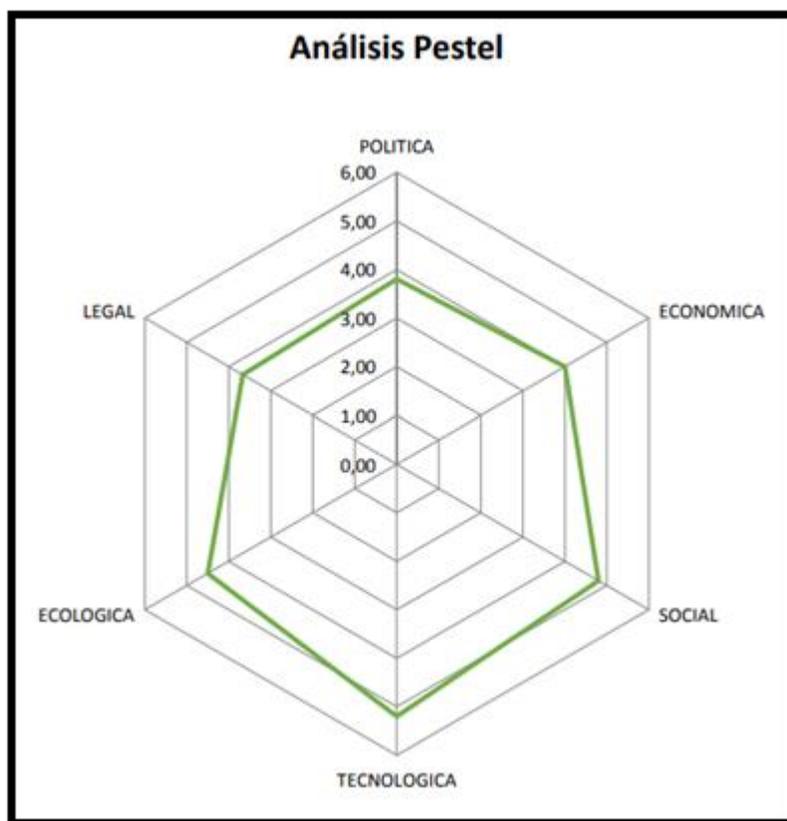
(Sacramento, California) USA

Investigación de mercados	Valores hallados
Mercado potencial para el producto "Bolsos de mano textil se encuentra que Estados Unidos	42,6 % Cifras del Centro de Comercio Internacional (CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2023)
Aranceles con el código 621790 Partes accesorios de vestir (ITC,2023) USA.	Debido a los acuerdos firmados no aplica arancel.
Exportación de arte y patrimonio en 2022	US\$13,362,7 miles de dólares FOB (El valor FOB representa el costo de los bienes en el punto de embarque o carga. (DANE, 2022)
Mercado Potencial	Estados Unidos de América, Sacramento, California. Se tiene la posibilidad de tener como vender y distribuir las artesanías.
Mercado Objetivo	Población Condado de Sacramento: 1.584.169 Población de la ciudad de Sacramento: 466.488 habitantes (DBCITY, 2023)
Estimación Del Segmento	Estado de California y el condado de Sacramento por el conocimiento previo por parte de los aliados distribuidores
Segmentación Geográfica	Ciudad de Sacramento, California. Desde esta ciudad se pueden realizar repartos de los pedidos vía terrestre.
Segmentación Demográfica	Productos: Bisutería, bolsos de mano, llaveros y muñecos Publico: niños, mujeres y hombres desde 10 hasta 90 años, Compradores: Personas con manejo de e-commerce y pagos por plataformas digitales, especificando la población objetivo en el rango de edad de 18 hasta 90 años.
Segmentación Psicográfica	Personas de todas las edades que aprecian el arte en los objetos hechos a mano. Herencia latina, europea y asiática en la tradición del tejido crochet.
Consumo Aparente	Del mercado potencial de 182.822 tomo el porcentaje del 1% como parámetro de público inicial. Dependiendo de las características psicográficas del producto, un estimado de 1.828 posibles ventas. (Samaniego, 2023) Temporadas fuertes: Acción de Gracias - Navidad. Tendencias moda: estilo old fashioned (estilo antiguo, tejidos únicos, buena calidad), se opone a la fast fashion. Promedio del consumo :12 veces al año como mínimo.
Cálculo de la demanda potencial	Negocio año 0 (sin histórico) Dato de 1.828 x la frecuencia de compra de 1 vez x mes Demanda potencial de 1.828 productos.
Cálculo de la participación del mercado	Con un 10% de participación: De 1.828 productos: ventas de 182 unidades

Fuente: elaboración propia (2024)

MATRIZ PESTEL

Imagen 9. Análisis de factores externos para las artesanías colombianas



Fuente: (Amariles, 2017)

Mediante la matriz PESTEL, (Amariles, 2017) revela un panorama externo muy halagador, dado que la tecnología con el manejo de Apps de todo tipo favorece el comercio multimodal y multilateral, por otro lado, la conciencia de protección del ambiente son puntos a favor para productos ecológicos.

Con la globalización se mejora la capacidad de intercambio, no solo con grandes multinacionales, sino con personas conectadas con productos de otras partes del mundo con APPS. Los tejidos y productos de Yitos tejidos tienen como sede la casa de cada una de las tejedoras de Soacha, quienes, mediante un proceso detallado, y elaborado principalmente a mano logran conquistar el mercado internacional. Los Courier de correo son un aliado imprescindible para el éxito del negocio.

CONCLUSION ALTERNATIVAS PLANTEADAS

Para el estudio de caso de la empresa YITOS TEJIDOS, escogemos para el Diseño de proyecto con estrategias de e-commerce para dinamizar la exportación de artesanías upcycling de tejidos la ALTERNATIVA #2, la cual abarca las características recomendadas para el crecimiento empresarial.

CAPÍTULO II

4 Marco de Referencia

Conservar la cultura de un pueblo, unida a la artesanía como algo que nos identifica y que despierta sentimientos y evoca añoranzas, territorios y paisajes. Un llamado a no perder esa esencia, a conservar y a rescatar la identidad cultural. (Medina & Otero, 2022). Para el marketing digital exitoso se recomienda el apoyo de profesionales, las empresas artesanales requieren de capacitación y guianza para el impulso del lanzamiento a la era digital.

Ya que la mayoría de los gerentes/dueños de empresas artesanales son artesanos, trabajan con sus manos elaborando los objetos artesanales. Una empresa artesanal requiere el aporte multidisciplinario para un exitoso acercamiento al e-commerce. Es aquí cuando se pueden tener los apoyos gratuitos de entidades como el SENA (Servicio nacional de Aprendizaje) Artesanías de Colombia y Artesanías de Cundinamarca. (Medina & Otero, 2022)

Para Artesanías Contemporánea La Tierra Prometida, no tenía implementada su página web, aunque logró aumentar la capacidad productiva y obtener recursos del Fondo Emprender. Además, se debe constituir un equipo de colaboradores que puedan distribuirse las funciones administrativas, gerenciales, mercadeo, logística y producción. ((Medina & Otero, 2022)

El mundo empresarial desde la revolución industrial, con la producción en serie, es una competencia fuerte contra el artesano. Sin embargo, las características del producto hecho a mano renacen con el crecimiento de la llamada Economía circular. En todo el mundo sólo el 14% de los envases de plástico son recogidos para reciclar (De Miguel et al., 2021)

Se requiere una revisión intensa a las leyes actuales; con el fin de potenciar la aplicación de métodos de reingreso de los residuos y del reciclaje a la cadena de valor en el área productiva de las empresas. Hasta el momento son muchas las barreras normativas, tecnológicas y culturales. (De Miguel et al., 2021). Desde los proyectos se puede innovar con las cadenas de bloques en la economía circular, estableciendo procesos de calidad que incluyan material residual y aplicando upcycling (supra reciclaje). El ahorro en materias primas es inmenso, el uso sostenible de los recursos naturales se visualiza en esta cadena. De esta manera se pueden realizar proyectos altamente sustentables y con una inversión baja.

Imagen 10. Cadenas de bloques en la economía circular

La aplicación potencial de las cadenas de bloques en la economía circular



Fuente: Economía circular en América Latina y el Caribe: oportunidad para una recuperación transformadora (De Miguel et al., 2021)

Imagen 10. Políticas e incentivos para la economía circular

Tipo de política	Estructura de precios	Cambio de preferencias de los agentes económicos (consumidores y empresas)
Política tributaria (cargas y tasas)	Reajuste en los precios absolutos (y relativos)	Señal en torno a la importancia de la protección medioambiental (incentivos sobre externalidades)
Estandarización y certificación	Reducción del costo de transacción para los compradores/productores	Más confianza en los productos finales y en las cadenas de suministro Certificaciones verdes pueden convertirse en estándares de referencia
Apoyo a la innovación	Cambio dinámico en los precios absolutos (y relativos)	Historias de éxito que pueden animar a los socios y competidores a que se involucren con los objetivos de la economía circular
Contratación pública	Incremento del costo de oportunidad para las empresas que no cumplan con los requisitos orientados a facilitar el surgimiento de la economía circular	Motivación a las empresas para buscar métodos de producción adecuados y generación de economías de escala
Campañas de sensibilización y capacitación	Disminución del costo de transacción asociado a la búsqueda de información y la toma de decisiones relacionadas con las pautas de la economía circular	Toma de conciencia de los agentes económicos sobre los impactos medioambientales de las pautas de producción y consumo Suministro de herramientas para tomar decisiones conscientes e informadas

Fuente: Economía circular en América Latina y el Caribe: oportunidad para una recuperación transformadora (De Miguel et al., 2021)

En el documento “Plan exportador para una comercializadora internacional de tejidos en crochet en el Distrito de Santa Marta”, se plantean interrogantes similares al proyecto actual en Soacha. (Riascos, 2004). Es necesario generar facilidades para agrupar a los artesanos, para aunar esfuerzos para iniciar y culminar los procesos de capacitación, apoyarse, acceder a los

laboratorios de incubación empresarial de las universidades y hacer equipo con colaboradores de comercio internacional y de marketing digital.

Chappe y Lawson-Jaramillo en su artículo “Artesanos y diseñadores: en búsqueda de justicia en el capitalismo y la “Gig Economy”, describen cómo el papel de los diseñadores al colaborar con los artesanos, pueden lograr un precio justo para el trabajo manual. A pesar de que se intenta implementar el “Fairtrade” como una manera de tener un comercio justo, la mayoría de los artesanos están desconectados del mercado del comprador final (y las ganancias se las llevan los intermediarios). (Chappe & Lawson-Jaramillo, 2020)

Los procesos de exportación conllevan trámites administrativos que los artesanos no están preparados para afrontar. INVERSIONES HEXAGRAM S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada) BY ANAIA SWIMWEAR estuvieron realizando un plan de negocio para superar esos inconvenientes y lograr su objetivo de exportar. (Ardila, 2022) Mediante viajes a México y Estados Unidos y la promoción en ferias y eventos de moda lograron hacerse conocer. La dificultad radicó en el desconocimiento de las políticas de comercio exterior, ya que al querer realizar envíos el costo del Courier es muy alto y al enviar carga por barco o avión de carga, los tiempos de envío son de 3 meses o más, demasiado largos para clientes impacientes. Ardila (2022) concluye que el potencial de venta de vestidos de baño en tejido crochet es alto para el mercado extranjero. Por lo tanto, vale la pena seguir

las normativas de comercio exterior para generar confianza en los clientes y empezar a exportar a México y Estados Unidos principalmente.

5 Marco teórico

Contribución al Plan Nacional de Desarrollo (GOBIERNO DE COLOMBIA, 2022)

La temática Diseño de proyecto con estrategias de e-commerce para dinamizar la exportación de artesanías Upcycling (supra reciclaje) de tejidos crochet se identifica con los puntos siguientes del PND (Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026)

- Transformación productiva, internacionalización y acción climática
- Modelos de bioeconomía basada en el conocimiento y la innovación
- Emprendimiento social

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

La temática Diseño de proyecto con estrategias de e-commerce para dinamizar la exportación de artesanías Upcycling (supra reciclaje) de tejidos crochet se identifica con los puntos siguientes del Plan de Desarrollo de Cundinamarca:

- Conocimiento para la competitividad y la transformación productiva
- Economía productiva utilización de la tecnología y la bioeconomía
- Desarrollo de emprendimientos artesanales

Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

La temática Diseño de proyecto con estrategias de e-commerce para dinamizar la exportación de artesanías Upcycling (supra reciclaje) de tejidos crochet se identifica con los puntos siguientes del

Plan de Desarrollo de Soacha:

- Economías populares
- Encuentro de saberes
- Programas para madres cabeza de hogar
- Capacitación en uso de herramientas tecnológicas para dinamizar emprendimientos

Adhesión a los objetivos de desarrollo sostenible

Cumplimiento de los ODS 8, 9, 10, 11 y 12 (Objetivos de Desarrollo Sostenible). (NACIONES UNIDAS, 2015)

Con los emprendimientos de tipo social se abarca desde su creación el concepto de responsabilidad social empresarial, ya que lleva implícito el propósito de mejorar la calidad de vida y cumplir los ODS.

Imagen 12. Objetivos de Desarrollo Sostenible coincidentes con el proyecto



Fuente: Naciones Unidas (2015)

El oficio y el arte de tejer, desde tiempos muy remotos, son habilidades respetadas. Se cumple con el ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.

La innovación de este proyecto consiste en darle un toque de modernidad al producto tejido, realizar obras artísticas únicas y que expresen un sentimiento ancestral. La infraestructura se va más allá y pretende ser una empresa de teletrabajo, especial para mujeres amas de casa, que tengan la posibilidad de generar ingresos sin abandonar el cuidado de niños, ancianos y del hogar. ODS 9 Y ODS 10.

El uso y reutilización de materiales mediante el upcycling, es decir, lograr utilizar una prenda muchas veces y transformarla va generando cambios en las comunidades y ciudades sostenibles ODS 11 Y ODS 12.

Tabla 7. Legislación para Emprendimientos en Colombia, actualizada.

Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020	"Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia". (REPUBLICA DE COLOMBIA, 2020)
Ley 2294 de 2023 Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026	POR EL CUAL SE EXPIDE EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022- 2026 "COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA (De & Vida, 2023)
LEY 2277 DE 2022	"POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA UNA REFORMA TRIBUTARIA PARA LA IGUALDAD Y LA JUSTICIA SOCIAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES" (Gobierno de Colombia, 2022)
Ley 1793 del 7 de julio de 2016	"Por la que se dictan normas sobre costos de los servicios financieros y se dictan otras disposiciones". (MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)
Ley 1780 del 2 de mayo de 2016	"Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones." (MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)

Ley 1735 del 21 de octubre de 2014	"Por la cual se dictan medidas tendientes a promover el acceso a los servicios financieros transaccionales y se dictan otras disposiciones."(MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)
Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010	"Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo"(MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)
Ley1314 del 13 de julio de 2009	"Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento".
Ley 905 del 2 de agosto de 2004	"Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones."
Ley 590 del 10 de julio de 2000	"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".(MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)
Decreto 1451 del 04 de septiembre de 2017	"Por el cual se establecen requisitos y condiciones para la autorización de Sociedades de Comercialización Internacional que comercialicen bienes de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas".
Circular N° 018 del 7 de junio de 2011	Registro en línea de usuarios ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE-, 7 junio de 2011.(MINISTERIO DE COMERCIO, 2023)

Fuente: elaboración propia (2024)

La legislación actual para emprendimientos permite explorar mediante comercio como persona natural e ir creciendo hasta conformar una empresa tipo Asociación Mutual o Agrupación de Artesanos. Se van obteniendo los beneficios para programas artesanales, mediante el fortalecimiento de los lazos con alcaldías, gobernaciones y con Artesanías de Colombia. Para estos beneficios se inscribe la persona

natural y realiza capacitación en marca empresarial, marketing, emprendimiento; de manera que al registrar su empresa ya tiene conocimiento previo.

Las personas dedicadas al hogar, con edades entre 50-80 años, que tienen conocimientos de elaboración de trabajos manuales en técnica crochet, quieren seguir produciendo y obtener ingresos de forma reiterada. De acuerdo con Bernal Torres (Bernal Torres, 2016) “Dentro de los métodos de estudio cualitativos es necesario entender a las personas, comprender su realidad, dentro de su propia visión y expectativa.” Con el modelo de implementación de venta de upcycling de artesanías; al maximizar el rendimiento de los materiales, se prolonga el ciclo de vida y se evita nuevo gasto de energía y materiales. (De Miguel et al., 2021)

Tabla 8. Impacto del Negocio de artesanía tejida en crochet en amas de casa de Soacha

ECONOMIA	BARRERAS	VENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo precio por disponibilidad de ingresos de los compradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Difícil acceso a ferias artesanales, Cobro ALTO de stand • Desconocimiento de manejo de redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad creativa • Actividad terapia • Mejora de la memoria Y Mejora de la coordinación óculo-manual
IMPACTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN AMAS DE CASA		

Fuente: elaboración propia

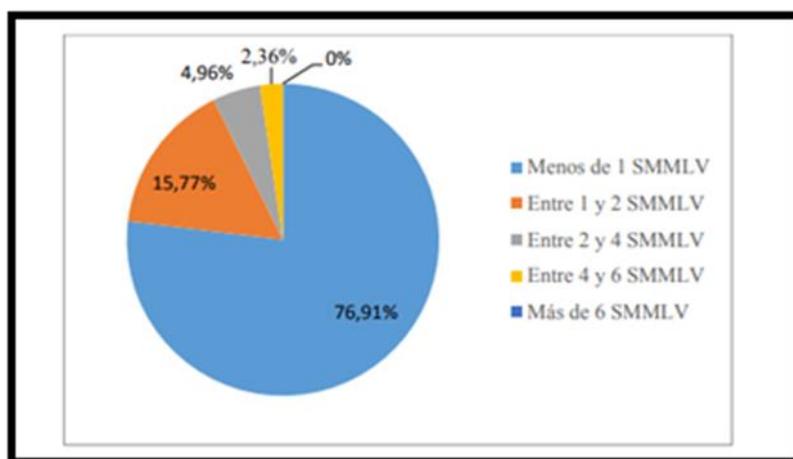
Tabla 9. Ventajas de la implementación del proyecto de upcycling de artesanías en tejido crochet

VENTAJAS DE IMPLEMENTAR PROYECTO UPCYCLING (supra reciclaje) DE ARTESANIAS EN TEJIDO CROCHET		
Mejora de la calidad de vida	Mejora de la salud	Oportunidad de mercado

Prevención de la depresión	Relaciones sociales	Impacto en la comunidad
Desarrollo de habilidades	Programas de salud para la tercera edad	Dinamizar la economía
Terapia artística	Enseñar a nuevas generaciones	Economía circular con upcycling . Donaciones de sobrantes textiles

Fuente: elaboración propia (2024)

Imagen 13. Sector artesanal Cundinamarca - Ingreso obtenido por las artesanías.



Fuente: Diagnostico departamental del sector artesanal Cundinamarca (Amézquita & Serrano, 2016)

Los ingresos obtenidos a través de la venta de artesanías, en la mayoría de los casos son menos de 1 salario mínimo legal vigente, esto viene dado por la temporalidad de las ventas en meses específicos (por ejemplo, diciembre), la falta de promoción de los productos, la reventa por parte de los comerciantes (quienes pagan precios al por mayor que no dejan buen margen de ganancias al artesano).

REDES SOCIALES

Para una empresa de exportación de artesanías upcycling (supra reciclaje) de tejidos, las redes sociales pueden ser una herramienta poderosa para aumentar la visibilidad de la marca, llegar a nuevos mercados internacionales y conectar con clientes potenciales.

Antes de iniciar cualquier estrategia de marketing en redes sociales, es esencial identificar la audiencia objetivo y establecer metas específicas (Durango, 2014). Estas metas pueden variar; puede ser desde aumentar la visibilidad de la marca hasta mejorar las ventas o fortalecer la relación con los clientes. Además, es crucial comprender a fondo al público objetivo, investigando sus intereses y necesidades para crear contenido relevante que capte su atención.

Es fundamental seleccionar cuidadosamente las plataformas de redes sociales más adecuadas para el negocio. Hay una amplia gama de opciones disponibles, como Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn y YouTube, entre otras. Se requiere analizar qué plataformas son más utilizadas por la audiencia objetivo y enfocar los esfuerzos en ellas. No todas las redes sociales son adecuadas para todos los negocios, por lo que es importante elegir sabiamente y adaptar la estrategia a las plataformas seleccionadas. (Durango, 2014)

En el artículo “Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales” (Sampedro Guamán et al., 2021) se sugiere que se deben utilizar

las redes sociales para contar la historia detrás de la empresa y los productos. Hay que destacar los valores de sostenibilidad, innovación y creatividad que están en el centro de la marca.

Vale la pena compartir historias sobre los artesanos locales que crean las piezas, los materiales reciclados que se utilizan y el impacto positivo que tienen los productos respecto al cuidado del medio ambiente. Fomentar la participación de los followers (seguidores) mediante la realización de concursos, promociones y actividades lúdicas. Responder cuando se realicen los comentarios lo más rápido que se pueda, y de manera personalizada. Esto ayudará a construir relaciones sólidas con los clientes y a generar confianza en la marca.

Para establecer una estrategia de publicación coherente es clave para mantener una presencia activa en las redes sociales. (Durango, 2014) Define la frecuencia y los mejores horarios para publicar en base a un análisis competitivo y datos propios. Es importante mantener una presencia constante sin abrumar a tus seguidores. El uso de herramientas de gestión de redes sociales permite programar publicaciones anticipadamente y mantener una presencia eficiente.

El contenido original, con redacción de calidad es fundamental para lograr el éxito en las redes sociales. Publicar contenido atractivo, informativo y visualmente agradable ayuda a generar interacción y atraer seguidores. Utilizar palabras clave relevantes y optimizar los perfiles con nombres de usuario y descripciones claras. Tener en cuenta la posibilidad de utilizar plantillas o un plan de contenido para agilizar la producción de contenidos relevantes para la audiencia. (Herrera, 2012)

Hay que definir una frecuencia de publicación atractiva y seleccionar los mejores horarios para publicar en base a un análisis de la audiencia y datos disponibles. Es importante mantener una presencia constante sin saturar a los seguidores.

Implementar una estrategia de publicidad en redes sociales para acelerar el crecimiento y mejorar la efectividad de las campañas. Aprovechar las opciones de segmentación de audiencia para personalizar los anuncios y maximizar su impacto. (Herrera, 2012) Realizar pruebas continuas y optimizar las campañas en función de los resultados obtenidos. Utilizar herramientas de análisis para monitorear el rendimiento de las publicaciones y campañas publicitarias, y ajustar la estrategia según sea necesario para obtener mejores resultados.

Se puede invertir en publicidad en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia y específica. (Herrera, 2012). Por ejemplo: utilizar opciones de segmentación para dirigirse a personas interesadas en la moda sostenible, el reciclaje o la decoración eco-friendly (amigable con el ambiente).

Al implementar estas estrategias, se aprovecha al máximo el potencial de las redes sociales para promocionar la empresa y alcanzar el éxito en mercados nacionales e internacionales.

6 Marco Metodológico

En este apartado debe dar claridad de cómo se desarrolló el proyecto en sus diferentes etapas

PREGUNTA

¿Cómo diseñar un Proyecto exportador sostenible de productos tejidos a mano con impacto social generando ingresos para las amas de casa de Soacha?

ENFOQUE

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo, se realizará un Estudio de caso con un diseño metodológico exploratorio, utilizando técnicas cualitativas. Se realizará la triangulación de la información obtenida de material bibliográfico de proyectos de empresas con productos similares. La recolección y evaluación de datos se requieren para ser estandarizados. El estudio de caso exploratorio verifica los detalles diferenciadores, para poder observar cada criterio; incidiendo en la posterior toma de decisiones. Al analizar cada resultado obtenido con los instrumentos definidos y optimizados brinda la interpretación del contexto, y proporciona la información pertinente. (Bernal Torres, 2016)

Por lo tanto, se determina que este tipo de investigación permite analizar los comportamientos de compra, sus motivaciones internas y las expectativas para los productos artesanales en técnica crochet. Los instrumentos utilizados en este estudio de caso son la entrevista, la encuesta y la consulta bibliográfica.

POBLACION ENTREVISTA: Artesanos emprendimientos en Soacha (Cundinamarca), Bosa (Bogotá) y Salento (Quindío)

MUESTRA: 3 Entrevistas. Ver anexo 6. Entrevistas

ANALISIS RESULTADOS ENTREVISTAS

Mediante la herramienta de entrevista, se realizó cuestionario de 4 preguntas, con posibilidad de respuesta libre adicional. Los resultados de las entrevistas permiten inferir que el trabajo artesanal es netamente artístico, que la herencia familiar tiene un peso grande en la dedicación al oficio.

Se tiene conocimiento del valor real de la artesanía, apreciada por propios y extranjeros. La calidad del producto es algo que tienen en cuenta los artesanos. Son muchas horas de trabajo para lograr el detalle perfecto.

La falta de aprendices en los oficios resulta en pérdida de conocimientos. Urge encontrar formas de transmitir el proceso artesanal, documentar en video las etapas de la elaboración de los objetos artesanales. La innovación de los productos, acorde con los usos y las tendencias (trends), es un incentivo para atraer a jóvenes que sigan con las tradiciones.

POBLACION ENCUESTA: Base de datos CLIENTES empresa Yitos Tejidos

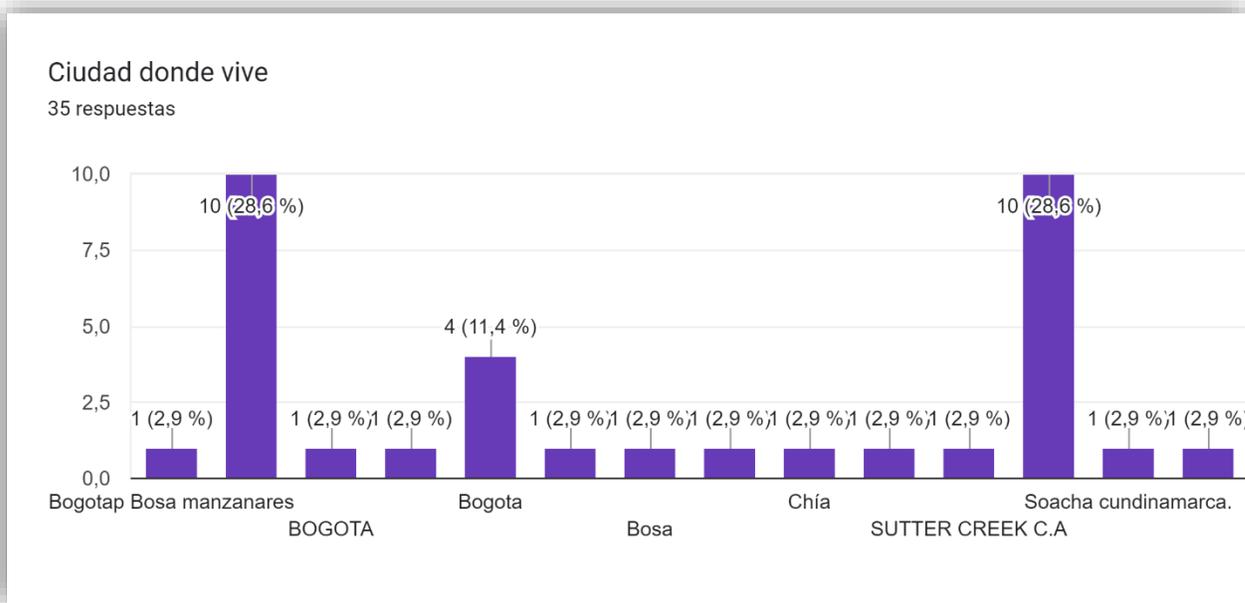
MUESTRA: 35 Encuestas.

ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA

Los resultados de la encuesta muestran:

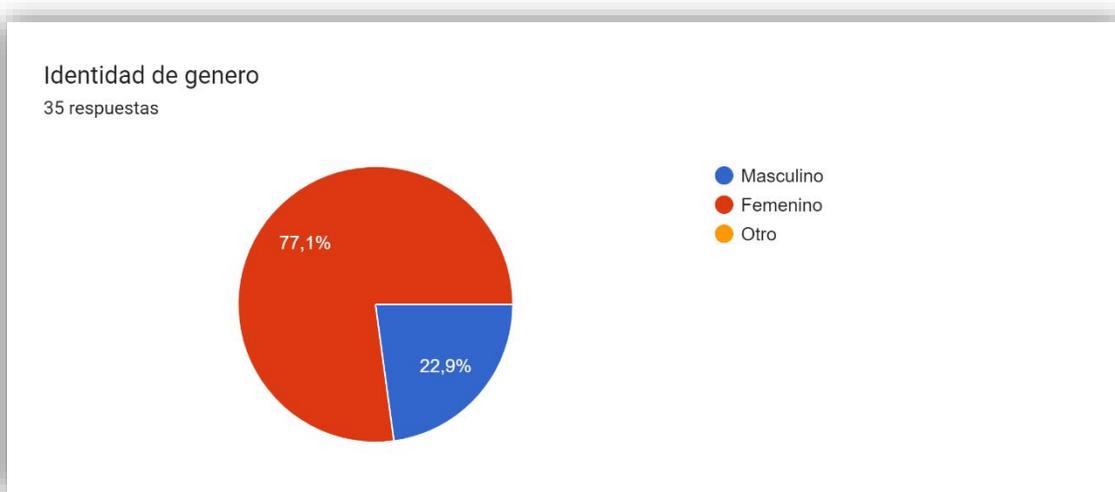
1. La caracterización de los clientes en cuanto a las edades (18-60 años)
2. Aunque la mayoría de los clientes son mujeres (77,1%), se presenta también interés por el género masculino en la compra de los productos tejidos en técnica crochet.
3. La zona de residencia de los clientes se divide en Bogotá, Soacha, Chía y los clientes en California (USA)
4. El 17,1% de los clientes se muestran renuentes a la compra por canales online.

Imagen 14. Sitio de residencia personas encuestadas clientes YITOS TEJIDOS.



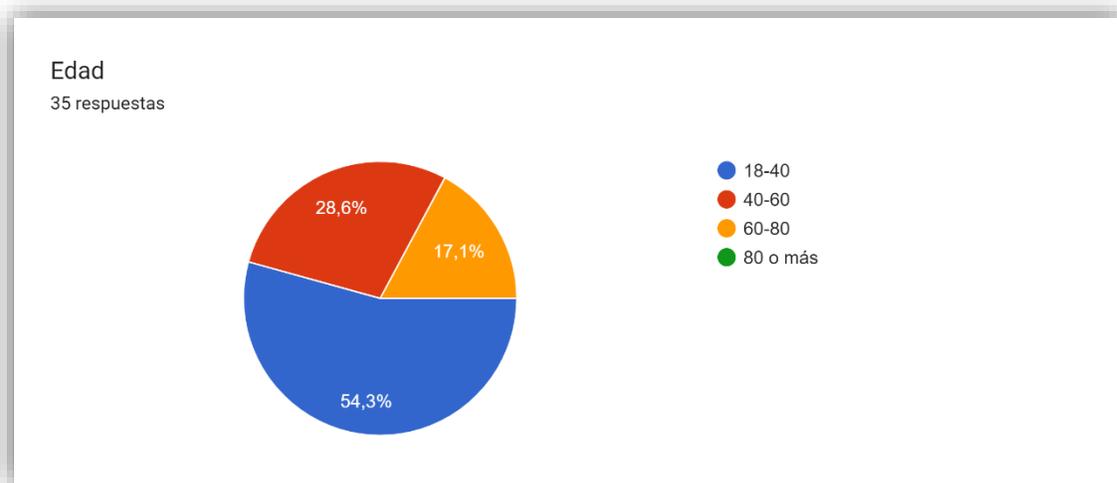
Fuente: elaboración propia (2024)

Imagen 15. Resultados encuesta Identidad de género



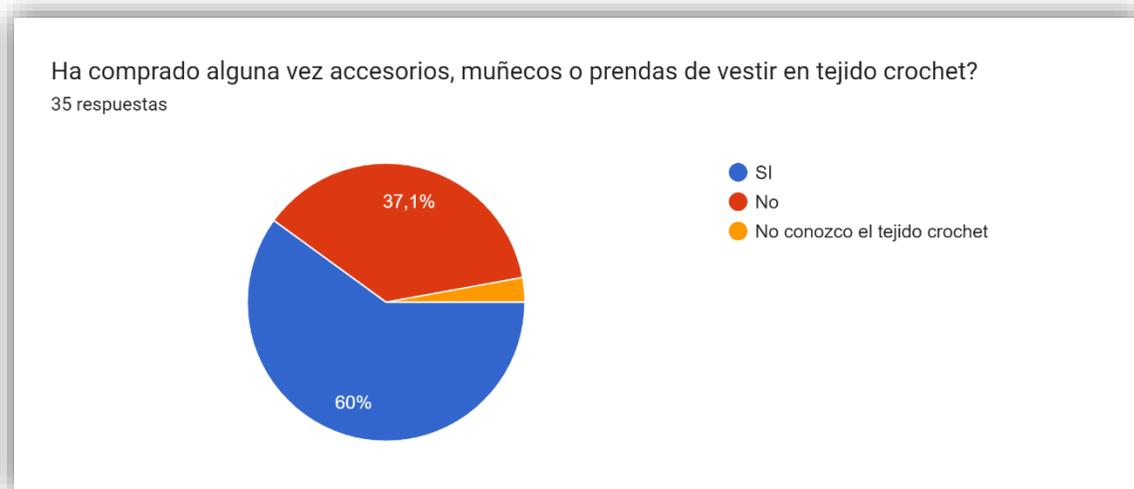
Fuente: elaboración propia (2024)

Imagen 16. Edad personas encuestadas clientes YITOS TEJIDOS.



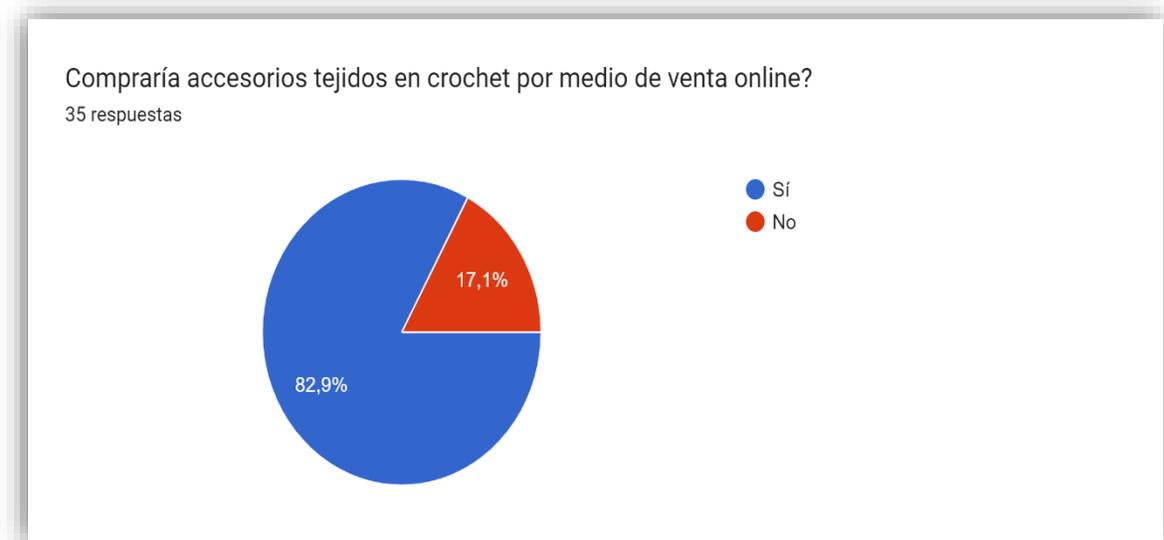
Fuente: elaboración propia (2024)

Imagen 17. Compras técnica tejido crochet



Fuente: elaboración propia (2024)

Imagen 18. Aceptación método de venta online clientes YITOS TEJIDOS



Fuente: elaboración propia (2024)

CAPÍTULO III

7. Desarrollo y Resultados

8.1 Formulación del proyecto

El factor de liderazgo tiene mucha relevancia, de acuerdo con los estudios obtenidos, los demás factores son subsanables, pero si el emprendedor tiene poco liderazgo no es posible que logre el avance en su empresa.

La metodología DELPHI, concibe un llamativo sistema al incorporar expertos del sector empresarial para analizar emprendimientos y generar retroalimentación de su ruta practica para el posicionamiento. (De Miguel et al., 2021)

Imagen 19. Sistema de categorías factores de éxito del proyecto en emprendedores.

Categoría	Contenidos
Factores personales vinculados a la motivación en el propio proyecto	Ilusión, confianza en el proyecto, vocación, motivación y paciencia; que te guste lo que haces; pasión.
Factores vinculados a las competencias y valores personales	Competencias para desarrollar el trabajo, dotes comerciales; capacidad organizativa y de gestión; honradez, profesionalidad, honestidad, sinceridad.
Factores vinculados a la atención y relación con los clientes	Tener contactos, creación de una cartera de clientes; atención personalizada, cercanía y compromiso con el cliente.
Tener una buena planificación comercial	Creación de una imagen corporativa (cuidada y con personalidad).
Variables relacionadas con la planificación del proyecto de negocio	Definición de los servicios/productos ofrecidos (conocer sus potencialidades y limitaciones); buena elección del nicho de mercado, conocimiento del sector; planificación económica (contener el gasto, saber dimensionar la estructura del proyecto y ajustarse).
Factor diferenciador del producto	Detectar necesidades que nadie satisface; creación de un producto diferente; ofrecer servicios con mayor valor añadido; ofrecer un sistema de distribución innovador y cómodo.
Aspectos relacionados con procesos de innovación y cambio	Capacidad de adaptación a un entorno cambiante, nuevas necesidades y situaciones; innovar y reinventarse; actualización y formación continua.
Generación de alianzas y redes de apoyo	Contar con una red de contactos personales; rodearse de colaboradores (proactivos, con alta cualificación y con distintos perfiles); apoyo familiar; contar con apoyo docente.
Inversión de tiempo y esfuerzo	Dedicación personal; constancia y paciencia; tiempo invertido en la empresa.
Trayectoria formativa y/o experiencia emprendedora previa	Formación académica orientada al sector; formación previa; haber emprendido en proyectos previos y diferentes.

Fuente: Economía circular en América Latina y el Caribe: oportunidad para una recuperación transformadora (De Miguel et al., 2021)

Foto 1. Feria Createx, mayo 10 de 2023 en Corferias Bogotá



Fuente: elaboración propia (2024)

El 10 y 11 de mayo de 2023 se asistió a la feria Createx, donde se encontraron importadores de insumos desde China, empresarios del sector textil nacional, y creadores de moda sostenible. En este renglón, se observó la utilización de prendas y accesorios de crochet; los cuales, al entrar en las pasarelas de moda, incrementan su valor y se convierten en un accesorio de lujo.

Se han tenido contactos con capacitaciones de Artesanías de Colombia, talleres virtuales acerca de que es una artesanía y como potenciar la originalidad del producto.

Foto 2. Productos Línea Upcycling (supra reciclado)



Se utilizan los cables de audífonos para tejer lazos para gafas, residuos de lana tejida para muñecos, residuos de tela para aretes tejidos en los aros de las botellas plásticas. Los bolsos de tela se componen de retazo textil.



Fuente: elaboración propia (2024)

Productos Línea Upcycling (supra reciclado)



Fuente: elaboración propia (2024)

Foto 3. Productos línea tradicional hilo crochet



Fuente: elaboración propia (2024)

Foto 4. Foto talleres de aprendices crochet

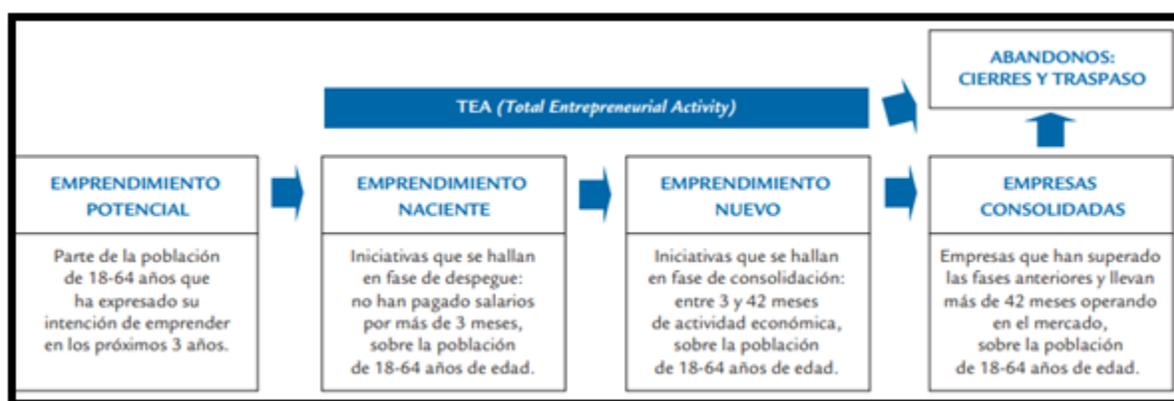


Fuente: elaboración propia (2024)

OBSERVATORIOS DE EMPRENDIMIENTO

Los observatorios de emprendimiento (Peña et al., 2017) constituyen un apoyo al sector. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) un observatorio a nivel mundial sobre emprendimiento.

Imagen 20. Proceso emprendedor proyecto GEM



Fuente: GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Peña et al., 2017)

Dentro del proyecto GEM, se analiza, -para el modelo de España- como el CAPITAL HUMANO (Conocimientos habilidades y experiencias) se ven enfrentados al miedo al riesgo al miedo al fracaso. Desde luego, que el primer factor de emprendimiento es el desempleo y la necesidad, como se ubican en los países africanos. Ya que donde se tiene la seguridad de un empleo, decae el interés emprendedor, a menos que se den las condiciones propicias para el desarrollo de la idea de negocio. También se analizan las etapas del emprendimiento para realizar los planes de mejora necesarios que eviten los abandonos y el fracaso.

EMPENDIMIENTO SOCIAL EN LATINOAMERICA Y ESPAÑA

Es difícil medir el alcance de los proyectos sociales, para el seguimiento de su efecto en el largo plazo. Por eso los emprendimientos sociales, dado que no se generan indicadores en la planificación inicial. (Forero, 2023)

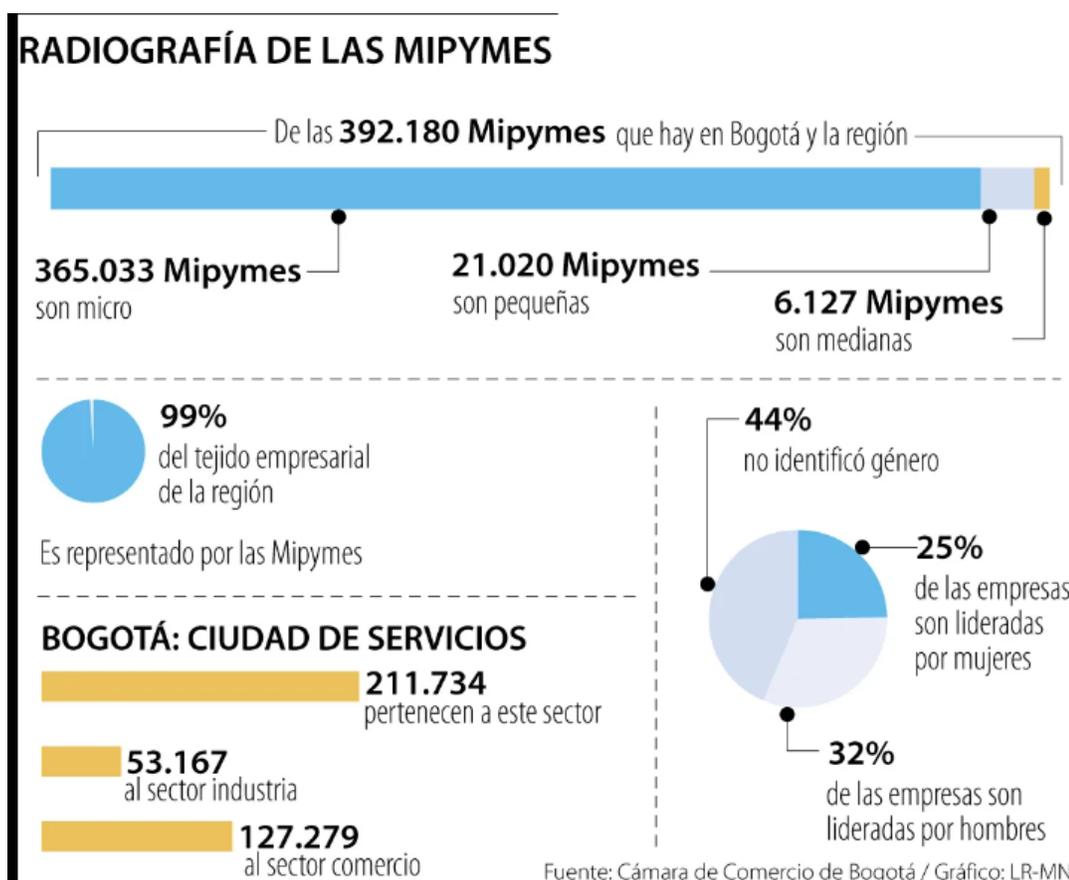
Tabla 10. Niveles de emprendimiento en Latinoamérica

Niveles de emprendimiento en Latinoamérica	
México	(9,6%),
Panamá	(13,2%)
Uruguay	(14,1%)
Ecuador	(31,8%).
Belice y Colombia	(50%)

Fuente: GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Peña et al., 2017)

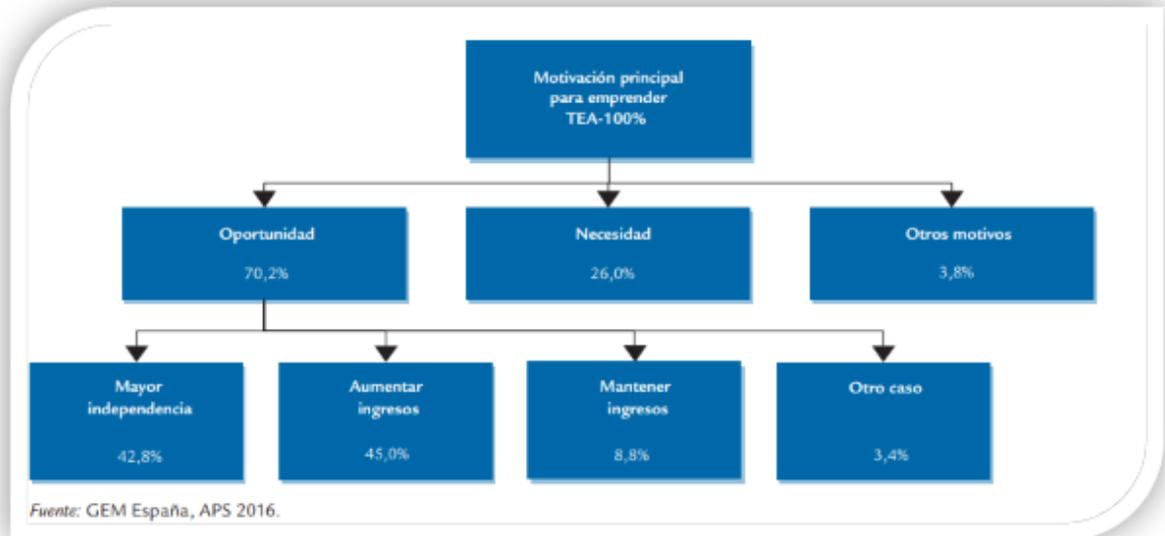
Colombia es uno de los países que generan gran cantidad de emprendimientos, dado que las PYMES (Pequeñas y medianas empresas) generan datos numéricos importantes para el empleo en la región latinoamericana.

Imagen 21. Radiografía de las Mipymes



Fuente: Día internacional de las mipymes. (La república, 2021)

Imagen 22. Motivos para emprender



Fuente: GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (Peña et al., 2017)

Se observa que las motivaciones del emprendimiento son:

1. La oportunidad de negocio: mayor independencia, más ingresos.
2. La necesidad de ingresos

Los mercados locales quedan cortos ante las expectativas emprendedoras y con la facilidad del e-commerce y de las redes sociales se busca la internacionalización. Para ello se requiere innovación en el sector tecnología, ya sea para el marketing o del producto en sí mismo.

Por otra parte, los emprendimientos pueden estar mediados por 4 agentes: emprendimiento propio con recursos únicos o familiares, ayuda gubernamental (en Colombia se configura en el Fondo Emprender), participación privada (academia/universidades, fondos privados) y ONG (Organizaciones no gubernamentales).

Se puede dar la innovación social, porque la tendencia global consiste en más allá del aporte de dividendos a los accionistas y la sostenibilidad financiera de la empresa; el propósito mejoraría la calidad de vida de los involucrados, propendiendo por calidad del producto sin afectaciones al medio ambiente, un clima laboral agradable, unas materias primas sostenibles.

Mas allá de brindar un subsidio temporal o ayudas monetarias intermitentes, el emprendimiento social busca formar a los emprendedores, mirando desde su problemática social y económica, para que desarrollen una idea de negocio. Desde la teoría Harvard Bussines School, el emprendedor exitoso y persistente, sin importar los medios económicos, procura cumplir su promesa de valor al cliente. (Monguí Pinentel et al., 2023)

8.2 Evaluación de proyecto

Mediante la integración de las herramientas contables y los conocimientos financieros, se elabora el balance de la empresa YITOS TEJIDOS.

Imagen 23. Balance empresa Yitos Tejidos

BALANCE INICIAL (PERIODO CERO)		ir al menu	
ACTIVO		PASIVO	
CIRCULANTE	8.581.750,00	CIRCULANTE (CORTO PLAZO)	-
EFFECTIVO Y BANCOS	6.600.000,00	FINANCIAMIENTO CORTO PLAZO	-
CUENTAS POR COBRAR	-		
INVENTARIOS DE INSUMOS	1.981.750,00		
FIJO	4.000.000,00	FIJO (LARGO PLAZO)	8.000.000,00
1 ACTIVOS CON VIDA UTIL HASTA DE 2	-	BANCARIOS PAGOS PERIODICOS	8.000.000,00
2 ACTIVOS CON VIDA UTIL DE 3 AÑOS	-	BANCARIOS PAGO FINAL	-
3 ACTIVOS CON VIDA UTIL DE 4 AÑOS	-	BANCARIOS INTERES ANUAL	-
4 ACTIVOS CON VIDA UTIL DE 5 AÑOS	2.500.000,00		
5 ACTIVOS CON VIDA UTIL DE 10 AÑOS	1.500.000,00		
6 ACTIVOS CON VIDA UTIL DE 20 AÑOS	-		
DEPRECIACIONES	-		
DIFERIDO	1.160.000,00	CAPITAL	
GASTOS PREOPERATIVOS	1.160.000,00	APORTADO	5.741.750,00
SUMA TOTAL DEL ACTIVO	13.741.750,00	PASIVO MAS CAPITAL	13.741.750,00

Fuente: elaboración propia (2024)

Tabla 11. DATOS CONTABLES
• Activo Circulante: \$8,581,750
• Activo Fijo: \$4,000,000
• Activo Diferido: \$1,160,000
• Pasivo Fijo: \$8,000,000
• Capital: \$5,741,750
• Efectivo y Bancos: \$6,600,000
• Inventarios de Insumos: \$1,981,750
• Gastos Preoperativos: \$1,160,000
• Gastos de Operación: \$39,600,000
• Ventas Mensuales: \$3,219,950
• Costos Mensuales: \$1,981,750
• Costo Unitario Promedio por Cada Unidad de Venta: \$39,635
• Precio Promedio por Cada Unidad de Venta: \$64,399

Fuente: elaboración propia (2024)

RATIOS FINANCIEROS

LIQUIDEZ

- **Razón circulante: 1,073**

$$\begin{aligned} \text{Razón Circulante} &= \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}} \\ \text{Razón Circulante} &= \frac{8,581,750}{8,000,000} = 1.073 \end{aligned}$$

Una razón circulante mayor a 1 indica que la empresa tiene suficientes activos circulantes para cubrir sus pasivos circulantes, lo que sugiere solvencia a corto plazo.

- **Prueba Ácida: 1,35**

$$\begin{aligned} \text{Prueba Ácida} &= \frac{\text{Efectivo y Bancos} + \text{Inventarios de Insumos}}{\text{Pasivo Circulante}} \\ \text{Prueba Ácida} &= \frac{6,600,000 + 1,981,750}{8,000,000} = 1.35 \end{aligned}$$

Este ratio ajusta la razón circulante al excluir inventarios menos líquidos. Un valor mayor a 1 indica una posición financiera más sólida.

Eficiencia: 20

Rotación de inventario

$$\text{Rotación de Inventario} = \frac{\text{Costos de Ventas}}{\text{Inventarios Promedio}}$$

$$\text{Inventarios Promedio} = \frac{\text{Inventario Inicial} + \text{Inventario Final}}{2}$$

$$\text{Costos de Ventas} = \text{Ventas Mensuales} - \left(\text{Ventas Mensuales} * \frac{\text{Costo Unitario}}{\text{Precio Prc}} \right)$$

$$\text{Rotación de Inventario} = \frac{39,600,000}{1,981,750} = 20$$

Esta ratio indica cuántas veces se vende y se reemplaza el inventario en un período determinado.

Endeudamiento:

Apalancamiento Financiero: 2,39

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{Activo Total} = \text{Activo Circulante} + \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido}$$

$$\text{Activo Total} = 8,581,750 + 4,000,000 + 1,160,000 = 13,741,750$$

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{13,741,750}{5,741,750} \approx 2.39$$

Este ratio indica cuántas veces el capital de la empresa está siendo apalancado por sus activos.

Un valor alto puede indicar un alto riesgo financiero.

CONCLUSIONES DE LOS DATOS DE RATIOS

- La empresa tiene una razón circulante de aproximadamente 1.073, lo que indica que tiene suficientes activos circulantes para cubrir sus pasivos circulantes.
- La prueba ácida es de aproximadamente 1.35, lo que sugiere una buena posición financiera, ya que tiene suficiente efectivo y equivalentes para cubrir sus pasivos circulantes.
- La rotación de inventario es alta, con un valor de 20, lo que indica que la empresa es eficiente en la gestión de su inventario.
- El apalancamiento financiero es de aproximadamente 2.39, lo que sugiere que la empresa está financiando una parte significativa de sus activos con deuda.
- El margen de utilidad neta es del 38.4%, lo que indica que la empresa está generando un buen retorno sobre sus ventas.

Cálculo de la TIR Tasa Interna de Retorno:

Usaremos la fórmula de la TIR , con el fin de encontrar la tasa de descuento, la que iguala el valor presente de los flujos de efectivo netos al costo inicial de inversión.

- $VPN = 0$ (porque estamos buscando la tasa que hace que el VPN sea igual a cero)
- Costo Inicial de Inversión = Capital = \$5,741,750
- Flujos de Efectivo Netos Anuales = \$14,858,400

Tasa Interna de Retorno (TIR), calcular requerimos la tasa de descuento que hace que el **valor presente neto (VPN)** de los flujos de efectivo netos sea igual al costo inicial de inversión. Utilizaremos la fórmula de la TIR y resolveremos la ecuación para encontrar la tasa.

$$VPN = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+r)^t}$$

La fórmula para el VPN es:

Donde:

- F_t = Flujo de efectivo neto en el período t
- r = Tasa de descuento o TIR
- n = Número de períodos
- VPN = Valor presente neto (que en este caso es cero)

Dado que tenemos un solo flujo de efectivo neto anual y un costo inicial de inversión, resolvemos:

$$0 = \frac{F}{(1+r)^1} - C$$

- Donde: F = Flujo de efectivo neto anual C = Costo inicial de inversión r = Tasa descuento o TIR
- En este caso: $F = \$14,858,400$ $C = \$5,741,750$

Resolviendo la ecuación para r :

$$\frac{14,858,400}{1+r} = 5,741,750$$

$$1 + r = \frac{14,858,400}{5,741,750}$$

$$r = \frac{14,858,400}{5,741,750} - 1$$

$$r \approx 1.589$$

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 158.9%. Indica que el proyecto o inversión está generando un rendimiento significativamente alto en relación con su costo inicial.

Rendimiento de la Inversión: La TIR del 158.9% indica que el proyecto está generando un rendimiento muy alto en comparación con su inversión inicial. Este nivel de retorno puede ser considerado excepcionalmente bueno en la mayoría de los contextos financieros.

Comparación con la Tasa de Descuento: La TIR supera ampliamente cualquier tasa de descuento o costo de capital que podría haberse utilizado para evaluar el proyecto. Esto sugiere que el proyecto es muy rentable incluso considerando el riesgo asociado.

Viabilidad y Rentabilidad: Una TIR tan alta indica que el proyecto es viable y rentable en el largo plazo. Es probable que los flujos de efectivo generados por el proyecto compensen con creces la inversión inicial y proporcionen un retorno adicional significativo.

Consideraciones de Riesgo: Es importante considerar si la alta TIR está ajustada al riesgo. Aunque la TIR es alta, si el proyecto implica un riesgo significativo, puede ser prudente considerar otros indicadores y análisis para evaluar el riesgo y la viabilidad a largo plazo.

Conclusiones tasa interna de retorno:

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 158.9% indica que el proyecto es altamente rentable y generará un retorno sustancial sobre la inversión inicial. Este nivel de retorno sugiere que el proyecto tiene el potencial de generar flujos de efectivo significativos en el futuro. En general, una TIR tan alta es una señal positiva y sugiere que el proyecto es muy atractivo desde el punto de vista financiero.

Sin embargo, es importante evaluar otros aspectos del proyecto, como el riesgo asociado, la sostenibilidad del modelo de negocio y las condiciones del mercado antes de tomar decisiones finales.

8.3 Ejecución del proyecto

Para la ejecución del proyecto se escoge la orientación dada por metodología PMBOK del **PMI. Project Management Institute**. La PMBOK GUIDE, (guía de fundamentos para la gestión de proyectos) se publicó en 1983 y desde entonces es referente a nivel mundial para el desarrollo de proyectos en grandes empresas. Propone los componentes clave para llevar a cabo exitosamente un proyecto. El PMI

se propone como una herramienta estándar para la gerencia de proyectos. Según (Sánchez-Arias & Solarte-Pazos, 2010), se requiere el uso de modelos proyectados; la revisión de la complejidad de cada negocio (es único) y su entorno, incluyendo la parte humana y social. (Sánchez-Arias & Solarte-Pazos, 2010) Porque estas comprenden gran parte de la incertidumbre y las variables no modificables.

CICLO DE VIDA DEL PROYECTO ESTUDIO DE CASO YITOS TEJIDOS

Es muy importante desglosar el ciclo de vida del producto, para lo cual se definen las etapas y los responsables de cada una de ellas.

Se trabaja en 2 Líneas de producción así:

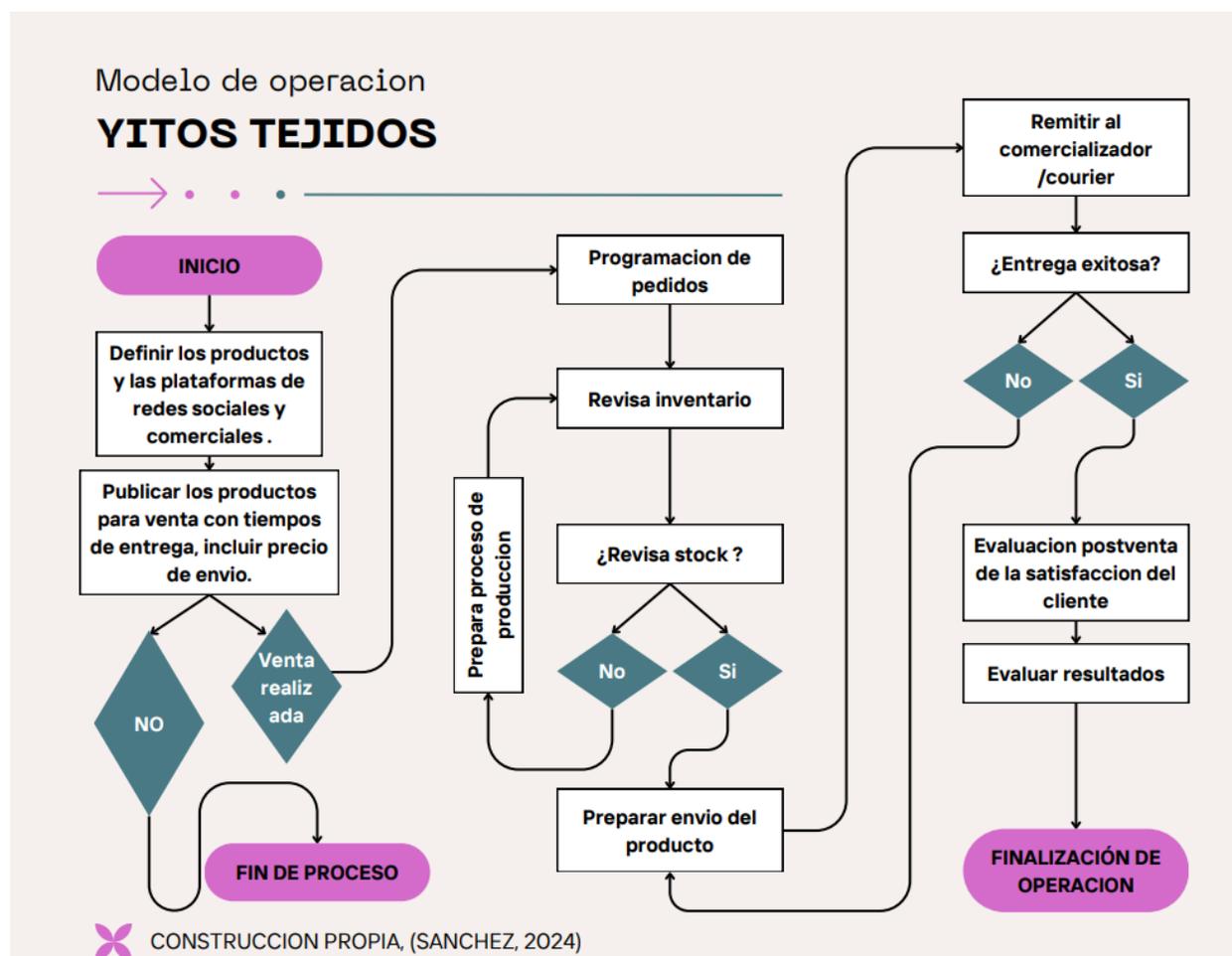
1. Línea eco: Accesorios, bolsos, muñecos, juguetes para mascotas tejidos realizados con residuos textiles, insumos de tapas de botellas plásticas.

2. Línea tradicional: Accesorios, bolsos, muñecos, juguetes para mascotas tejidos realizados en hilo convencional

PROCESO TRANSVERSAL: MERCADEO, LOGISTICA Y PUBLICIDAD

Redes sociales activas: INSTAGRAM @yitos-tejidos

Imagen 24. Modelo de operación YITOS TEJIDOS



Fuente: elaboración propia (2024)

El ciclo de vida puede plantearse como una sucesión de fases, cada fase debe tener un entregable medible. Si no se ha terminado no se puede pasar a la otra fase.

STAKEHOLDERS: LOS INTERESADOS EN EL PROYECTO

Para la supervivencia de los negocios, se requiere estar consciente de la adaptación al cambio y del movimiento de los mercados. Se debe tener comunicación fluida con: la comunidad en torno al proyecto, los proveedores, los clientes y demás partes interesadas. Ver Tabla 2. Análisis de involucrados

PROCESOS –FASES DEL PROYECTO

El proyecto necesita que desde el principio se ejecuten bien las fases. Para ello se debe elegir concienzudamente las acciones a realizar, coincidentes con la estrategia que sean rentables y se ajusten a las demandas del mercado.

Iniciación-Planificación-Ejecución -Seguimiento y control-Cierre

AREAS DEL CONOCIMIENTO PROYECTO YITOS TEJIDOS – INTEGRADAS A CADA RESPONSABLE EN EL ORGANIGRAMA

- 1.integración
2. alcance
3. tiempo
4. costos
5. calidad
6. recursos humanos
7. comunicaciones
8. riesgos
9. adquisiciones
10. Interesados

Imagen 25. Organigrama Empresa Yitos Tejidos



Imagen 26. Cadena de valor Estudio de caso YITOS TEJIDOS

CADENA DE VALOR YITOS TEJIDOS					
Categorías	Subcategorías	Definición operacional	Categorías	Subcategorías	Definición operacional
Actividades básicas	Logística interna	Como ingresa la materia prima al negocio: los proveedores, los residuos textiles donados, los residuos plasticos reutilizados	Actividades de apoyo	Infraestructura	La parte administrativa: manejo tecnico de sistemas, manejo de redes sociales, manejo financiero
	actividades operativas	La fabricación del producto: tiempo de elaboracion, procesos de ensamble, terminados, control de calidad		Actividades para crecimiento y experticia personal	Actividades que se realizan para capacitación de los(as) artesanos(as) ya sea a nivel de las tecnicas de tejido , de uso de herramientas tecnologicas para impulso a la actividad comercial, y crecimiento personal.
	Logística externa	Actividades para la distribución de los productos : inventarios, distribución mediante empresas de correo, comercializacion		Desarrollo tecnológico	Actividades de evaluacion para mejorar tiempos, rendimiento de materiales , estructura de los procesos, manejo de la economia circular y upcycling.
	Publicidad, mercadeo, venta y posventa	Actividades relacionadas para llegar al consumidor final			

Fuente: elaboración propia (2024)

Imagen 27. Matriz de Boston Ciclo de vida del producto Yitos Tejidos

Matriz de Boston (BCG) ciclo de vida del producto aplicada al emprendimiento YITOS TEJIDOS

01.

PRODUCTOS:

PRODUCTO ESTRELLA

Llavero Muñeco tejido crochet

PRODUCTO VACA

Accesorios Aretes y collares tejidos

PRODUCTO INTERROGANTE:

Bolsos

PRODUCTO PERRO:

Sandalia Bebe

02.

Mercado

La cuota del mercado es mediana, ya que se ha conservado la misma estructura de publicidad. Debido a que por el momento se maneja Venta sobre pedido



Mediante la matriz BCG analizamos 4 productos de venta en YITOS TEJIDOS, desde abril de 2023 hasta abril de 2024, encontrando que productos se encuentran en su fase alta (VACA) y que se debe hacer para los otros 3 productos.

03.

Concepto

El análisis de los productos y su participación en el mercado es necesario, esto permite a la empresa mantener su innovación y estar a la vanguardia de la competencia. Se requiere además, tener datos específicos de ventas y del sector del mercado para elaborar buenas estrategias.

04.

Estrategia

Se concluye mediante la matriz BCG, que para aumentar la participación en el mercado de los bolsos, se cambiaran aspectos como el diseño y el tamaño, teniendo en cuenta las tendencias y lanzando productos por temporada

Fuente: elaboración propia (2024)

Referencias

- Amariles, D. (2017). *Ecored artesanal, plataforma para el comercio justo de artesanías contemporáneas*. Amazon. (s/f). *Amazon Handmade*.
- Amézquita, A., & Serrano, D. (2016). *DIAGNÓSTICO DEPARTAMENTAL DEL SECTOR ARTESANAL CUNDINAMARCA*. <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/3894/3/INST-D%202017.%208.pdf>
- Ardila, V. (2022). *DISEÑO DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN PARA PRENDAS DE BAÑO EN CROCHET PARA LA EMPRESA INVERSIONES HEXAGRAM BY ANAIA SWIMWEAR*.
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Pearson Educación, Ed.). <http://www.ebooks7-24.com.ezproxy.uniminuto.edu/?il=4326>
- CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, I. (2023). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales*.
- Chappe, R., & Lawson-Jaramillo, C. (2020). Artesanos y diseñadores: en búsqueda de justicia en el capitalismo y la “Gig Economy”. *DEARQ*, 1(26), 80–87.
- DANE. (2022, julio 13). *Información Estadística economía cultural y creativa. 2022*. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/presentacion_octavo_reporte_economia_cultural_creativa.pdf .
- DBCITY. (2023). *DATOS ESTADOS UNIDOS CALIFORNIA SACRAMENTO*. <https://es.db-city.com/Estados-Unidos--California--Sacramento--Sacramento>

De, M., & Vida, L. A. (2023). "POR EL CUAL SE EXPIDE EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022-2026

"COLOMBIA POTENCIA.

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202294%20DEL%2019%20DE%20MAYO%20DE%202023.pdf>

De Miguel, C., Martínez, K., Pereira, M., & Kohout, M. (2021). *Economía circular en América Latina y el*

Caribe: oportunidad para una recuperación transformadora. CEPAL (Comisión Económica para

América Latina). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47309/1/S2100423_es.pdf

Duque-Duque, N., Trejos-Ballesteros, J., & Moreno, J. (2020). Los impactos de Bogotá sobre Soacha y su

importancia frente a la conformación del Área Metropolitana. *Revista Universidad El Bosque*.

<https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2849/2364#info>

Durango, A. (2014). *LAS REDES SOCIALES*.

Forero, J. (2023). *Factores de éxito del emprendimiento social. Una revisión de la literatura en los años*

2017 – 2022.

Gobierno de Colombia. (2022). *Ley 2277 de 2022 REFORMA TRIBUTARIA*.

GOBIERNO DE COLOMBIA. (2022). *PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2022-2026*.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>

Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2).

La República, D. (2020). Artesanías colombianas tienen ventas en canales online en medio de la crisis.

Diario La República. <https://www.larepublica.co/ocio/artesantias-colombianas-tienen-ventas-en-canales-onlien-en-medio-de-la-crisis-3009693>

La república, D. (2021). *Día internacional de las mipymes*.

<https://www.larepublica.co/empresas/manana-es-el-dia-internacional-de-las-mipymes-el-sector-que-emplea-a-80-del-pais-3391930>

Medina, M., & Otero, A. (2022). *Plan de marketing para la generación de oportunidades comerciales a la empresa Artesanías Contemporánea La Tierra Prometida en el municipio de Barrancabermeja*.

[UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS]. <http://uniminuto-dspace.scimago.es:8080/handle/10656/16520>

MÉNDEZ LOZANO, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores* (Ecoe Ediciones, Ed.; 9a ed.). 2016. <https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/130459?page=196>

MINISTERIO DE COMERCIO, I. Y. T. D. C. (2023). *NORMATIVIDAD MIPYMES*.

<https://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes>

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO COLOMBIA. (2023). *PERFIL DE ESTADOS UNIDOS*.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/504145cb-c956-4a83-99d0-abbe53b1c457/Estados-Unidos-Belice.aspx>

Monguí Pinentel, J., López Fernández, J., Yepes González, E. G., Baquero Guerrero, E. L., & Parra Barrios, H. (2023). *Una Mirada al Emprendimiento Social en Colombia*. (CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS, Ed.). <https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-620-8>

NACIONES UNIDAS. (2015). *OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE*.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Peña, I., Guerrero, M., & González-Pernía, J. (2017). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *INFORME GEM ESPAÑA*.

PROCOLOMBIA. (2019). *Oportunidades de exportación de artesanías navideñas colombianas*.

<https://www.colombiatrade.com.co/noticias/> oportunidades-de-exportacion-de-artesantias-navidenas-colombianas

REPUBLICA DE COLOMBIA. (2020). *LEY 2069 DE 2020 LEY DE EMPRENDIMIENTO*.

Riascos, K. (2004). *Plan exportador para una comercializadora internacional de tejidos en crochet en el Distrito de Santa Marta*. <https://repositorio.unimagdalena.edu.co/items/48307698-a8bc-4718-a4aa-3b02655afb5c>

Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/116949?page=27>.

Samaniego, G. (2023). *Plan de Negocios Perú EJEMPLO PRACTICO PROYECTAR VENTAS EN NUEVOS NEGOCIOS*. <https://plandenegociosperu.com/proyectar-ventas-en-nuevos-negocios/>

Sampedro Guamán, C. R., Palma Rivera, D. P., Machuca Vivar, S. A., & Arrobo Lapo, E. Vladimir. (2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 484–490. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000300484&lng=es&tlng=es.

Sánchez-Arias, L. F., & Solarte-Pazos, L. (2010). El cuerpo de conocimientos del Project Management Institute-PMBOK® Guide, y las especificidades de la gestión de proyectos. Una revisión crítica. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20(37), 89–100.

Anexos

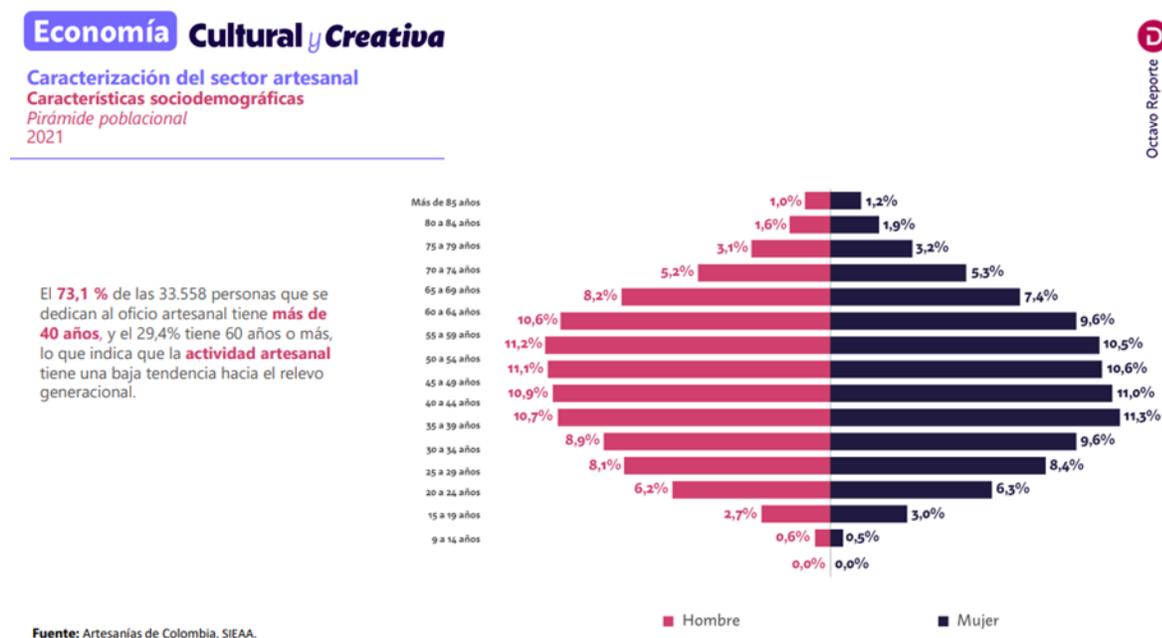
Anexo 1. Árbol de problemas.

Anexo 2. Árbol de objetivos

ARCHIVO EXCEL: Excel artesanías crochet

[ARBOL DE PROBLEMAS.xlsx](#)

Anexo 3. Caracterización del sector artesanal Características sociodemográficas Pirámide poblacional 2021(DANE, 2022)



Anexo 4. Exportaciones por áreas de los bienes relacionados con las actividades de las Industrias Culturales y Creativas Total Nacional, enero - agosto 2019-2022 (DANE, 2022)

Economía Cultural y Creativa

Indicadores Generales

Exportaciones por áreas de los bienes relacionados con las actividades de las Industrias Culturales y Creativas

Total Nacional, enero - agosto
2019-2022

Áreas	Enero - Agosto						
	2019 ^{pr}	2021 ^{pr}	2022 ^{pr}	Variación 2022/2021 (%)	Variación 2022/2019 (%)	Contribución a la variación (p.p.)	Contribución a la variación (p.p.)
	Miles de dólares						
Total exportaciones Industrias Culturales y Creativas	83.442,7	71.028,5	84.414,7	18,8	1,2	18,8	1,2
Arte y patrimonio	11.822,7	10.357,8	13.362,7	29,0	13,0	4,2	1,8
Creaciones funcionales	38.099,3	39.674,4	46.249,8	16,6	21,4	9,3	9,8
Industrias culturales	33.520,7	20.996,3	24.802,2	18,1	-26,0	5,4	-10,4

Entre enero y agosto de 2022, las ventas externas del país correspondientes a bienes relacionados con las actividades de las Industrias Culturales y Creativas (inclusión parcial y total), fueron de **US\$84.414,7** miles de dólares FOB y presentaron un aumento de **18,8%** en relación con el mismo periodo de 2021. Artes y patrimonio presentó el mayor crecimiento con un **29,0%**, seguido de Industrias culturales con un **18,1%** y Creaciones funcionales con un **16,6%**.

Anexo 5. Análisis de potencial exportador Colombia USA, producto bolsos de mano (CENTRO

DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2023)



Anexo 6. Diversificación de productos (CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2023)



Anexo 7. Entrevistas



FOTO TEJIDOS LIA (Salento, Quindío)

ENTREVISTA #1. Artesana Municipio de Salento (Quindío) TEJIDOS LIA

- ¿Cuántos años lleva trabajando con artesanías tejidas a mano?

Toda la vida llevo trabajando en esto, tejido crochet, con esto saque a mis hijos adelante y ahora me dieron este local aquí en la plaza de Salento, en reconocimiento a toda una vida.

- ¿De acuerdo con su experiencia, es posible obtener ingresos del emprendimiento artesanal?

Si se puede con amor y ganas por lo que se hace y mucho trabajo, a mí me buscan, así como estoy ya mayor porque hago muy bien mi trabajo.

- ¿Qué recomendación da al artesano emprendedor?

Que le ponga empuje, que no se rinda, que haga trabajos de mucha calidad, que hay clientes que reconocen todo el trabajo y amor que uno le pone a esto.

ENTREVISTA #2. Propietaria Yitos Tejidos PILAR GARZON

- ¿Cuántos años lleva trabajando con artesanías tejidas a mano?

[1/5, 9:20 p. m.]: Aprendí a tejer a los 7 años una mujer mayor se sentaba en la puerta de su casa a tejer y yo llegaba y le ponía atención como hacía y comencé a buscar hilos y conseguí la aguja y prácticamente autodidacta mirando a la señora.

[1/5, 9:21 p. m.] Pues la verdad si yo hacía carpetas que era lo único que sabía hacer luego carpeticas unidas para cubrelechos y manteles

[1/5, 9:22 p. m.] Después me casé a los 20 años y le hice el ajuar a mi primera hijita patines vestidos ya tejida también en 2 agujas.

[1/5, 9:23 p. m.] Hice cubrecamas y cojines vendía sacos a colegios y medias

- ¿De acuerdo con su experiencia, es posible obtener ingresos del emprendimiento artesanal?

[1/5, 9:23 p. m.] Claro que es posible

[1/5, 9:25 p. m.] Pues mi negocio de artesanías no fue muy grande, pero era una ayuda además no me lo propuse como meta en ese tiempo comencé a hacer otras cosas

- ¿Qué recomendación da al artesano emprendedor?

[1/5, 9:29 p. m.] Recomiendo que si les gusta lo que saben hacer vale la pena poner la meta de emprendimiento hoy se hacen muchas cosas que no dañan el ambiente y además se puede hacer con materiales naturales y reciclar también. Crean en ustedes y tengan fe en Dios con actitud y aptitud positivas con amor por lo que se hace podemos salir adelante

ENTREVISTA #3. Artesano Madera Ebanista VICENTE GARZON

- ¿Cuántos años lleva trabajando con artesanías en madera?

40 años

- ¿De acuerdo con su experiencia, es posible obtener ingresos del emprendimiento artesanal?

[1/5, 4:59 p. m.] Vicente Garzón García: 3. Si emprendemos, tendremos muchas expectativas. No solo económicas (qué sería lo primero) nos gustaría el reconocimiento el cual puede ser que los clientes o compradores recomienden personalmente nuestro producto.

[1/5, 5:02 p. m.] Vicente Garzón García: 4. Mantener las características de diseño, los materiales y de la manera tradicional como elaboramos nuestro producto

- ¿Qué recomendación da al artesano emprendedor?

Aquí en Colombia el producto artesanal es muy apreciado y se promociona muy bien a los visitantes extranjeros.

Ser fiel a su conocimiento y a su "marca"

Anexo 8. Cadena de valor Estudio de caso YITOS TEJIDOS

[CADENA DE VALOR proyecto yitos tejidos.xlsx](#)