

**TEMA: “ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES EN EL CABILDO INDÍGENA DE SUBA  
PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS A ALEMANIA”**

**CINDY ALEJANDRA MELO SALINAS**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL  
COMERCIO INTERNACIONAL  
BOGOTÁ D.C**

**2020**

**TEMA: “ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
DEPARTAMENTO DE EXPORTACIONES EN EL CABILDO INDÍGENA DE SUBA  
PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS A ALEMANIA”**

**CINDY ALEJANDRA MELO SALINAS**

**DIRECTOR: BETTY LICETH ROJAS CASTELLAR**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL  
COMERCIO INTERNACIONAL  
BOGOTÁ D.C**

**2020**

**NOTA DE ACEPTACIÓN:**

---

---

---

---

---

---

---

**FIRMA DEL DIRECTOR**

---

**FIRMA DEL JURADO**

---

---

---

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios por ser mi protector y guía, por haberme permitido llegar a este momento tan importante para mi vida profesional.

A mi madre, que se encuentra en el cielo, presiento que siempre está a mi lado guiándome y protegiéndome, aunque faltaron demasiados momentos por vivir juntas, siento que este momento hubiera sido muy especial para ti como lo es para mí, porque es un sueño que tuvimos juntas.

A mi padre y hermanos, quienes fueron mis pilares más importantes, por demostrarme su cariño constante y su apoyo incondicional, por enseñarme cada uno de los aprendizajes durante el transcurso de mi formación profesional, porque sin su soporte no hubiera logrado llegar a esta meta, ser una profesional.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por iluminarme, por brindarme la sabiduría y los conocimientos suficientes para la realización del presente trabajo, por despertarme día a día con nuevos objetivos y metas para convertirme en quien soy.

Gracias a la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC), por brindarme la oportunidad de acceder a estudios profesionales, porque sin su ayuda no lo hubiera logrado, al Cabildo Indígena Muisca de Suba por su apoyo incondicional que gracias a ustedes se ve reflejado todo el esfuerzo en la culminación de mis estudios y mi paso por tan prestigiosa universidad.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	8
1. ESTUDIOS PRELIMINARES .....	9
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.2.OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	13
1.2.1 OBJETIVO GENERAL: .....	13
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	13
1.3 ALCANCE .....	13
1.4 JUSTIFICACIÓN .....	14
2. METODOLOGÍA .....	15
2.1 Fuentes de información .....	15
2.2 Técnicas e instrumentos para recolectar la información .....	15
2.3 Técnicas e instrumentos para analizar la información.....	15
2.4 Definición y justificación del tipo de estudio.....	16
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	17
3.1 ANTECEDENTES .....	17
3.2 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO .....	18
3.3 Empaque y embalaje .....	20
3.3.1 Empaque primario: .....	20
3.3.2 Empaque secundario:.....	20
3.3.3 Empaque terciario:.....	21
3.3.4 Seguridad:.....	22
3.4 CULTURA DE NEGOCIOS.....	22
3.5 CARACTERÍSTICAS CONSUMIDOR.....	23
4. ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	23
4.1 SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO.....	23
4.2 ANÁLISIS DOFA DEL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO.....	25
4.3 Sector artesanal en Bogotá .....	25
5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	26
6. ANÁLISIS DEL PRECIO.....	27
7. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN .....	28
8. ESTUDIO TÉCNICO .....	28
8.1 Tamaño: Mercado, localización .....	28
8.2 Macro localización .....	29

8.2.1 Macro localización del país de destino (Alemania) .....	29
8.2.1.1 Ubicación de Alemania en el mundo .....	30
8.2.2 Micro localización país de destino (Hamburgo).....	31
8.3 Macro localización de país de origen (Colombia).....	32
8.4 Micro localización país de origen (Colombia) .....	32
9. INGENIERÍA DEL PROYECTO (LOGÍSTICA) .....	33
Requisitos para una vinculación y costos con una comercializadora internacional (C.I.) .....	33
10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	34
10.1 Impacto empresarial generado con el proyecto .....	34
10.2 Estructura organizacional .....	34
11. ESTUDIO LEGAL.....	36
11.1 Tipo de empresa a crear o reestructurar.....	36
Requisitos legales para la implementación del departamento de exportaciones en el cabildo...36	
11.2.1 Nomenclatura arancelaria y requisitos para exportación .....	37
11.2.2 Requisitos para exportación del producto .....	37
12. REGISTRO COMO EXPORTADOR .....	39
13. ESTUDIO FINANCIERO.....	40
13.1 Inversiones y fuentes de financiación.....	40
CARTA PRESENTACIÓN CABILDO.....	45
CONCLUSIONES .....	46
RECOMENDACIONES .....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	48
ANEXOS.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
GLOSARIO.....	50

## INTRODUCCIÓN

Colombia posee una gran cantidad de artesanos de diversos lugares de Colombia, los cuales con el tiempo han ido creando piezas únicas y especiales, con técnicas a mano, aprendidas de sus ancestros, pero la gran problemática que enfrentan actualmente los artesanos que hacen parte de la comunidad indígena muisca de suba, es la falta de apoyo y la falta de conocimiento para que estas piezas únicas y diferenciadas puedan llegar a mercados internacionales.

Las artesanías son una gran fuente de empleo en Colombia, puesto que año tras año han pasado de la informalidad a la formalidad, y gracias a esto se han logrado un crecimiento en las exportaciones, siendo estas artesanías muy apetecidas en el extranjero.

ProColombia y la Cámara de Comercio, han apoyado una rueda de negocios, la cual es realizada anualmente, en la que participan empresarios internacionales, con el propósito de que los artesanos sean reconocidos, y así lograr que sus productos sean cada vez más apetecidos internacionalmente. En estas macro ruedas se reúnen aproximadamente 2.000 empresarios colombianos de diferentes departamentos y aproximadamente 1000 empresarios extranjeros.





## 1. ESTUDIOS PRELIMINARES

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al transcurrir de los años y los cambios que han tenido que atravesar la comunidad indígena muisca, cambios como el fuerte proceso de aculturación, viéndose reflejado en cada una de las pérdidas culturales, en donde los muisca han tenido que ir adaptando su cultura a esta transición, el sector artesanal a pesar del poco apoyo por parte del gobierno, ya que no cuentan con el reconocimiento adecuado por parte del estado, lo cual conlleva a la pérdida de los beneficios por las minorías étnicas, siendo las comunidades indígenas, en especial los muisca uno de los más característicos de Colombia, un informe realizado por ProColombia, comunica que las artesanías han logrado un valor aproximado de \$3 millones de dólares, en exportaciones, los mercados a los que eran dirigidos estas artesanías son Estados Unidos y países de Europa, siendo estos los compradores más representativos.

Estas exportaciones se lograron gracias al gran sacrificio, principalmente enfrentándose a cambios en su forma de ser, lo que han hecho que los grupos artesanos autónomos, brinden reconocimiento a sus culturas por medio de estas artesanías, en los últimos años las artesanías se han convertido en una gran fuente de empleo, que han pasado de la informalidad a la formalidad, logrando así que los turistas que recorren diversos lugares del país, se atraigan más por estas artesanías y mediante estas logran evidenciar la historia de sus culturas.

Las ciudades por las cuales se realizan estas exportaciones de estas artesanías son Bogotá, Manizales, Cali y Medellín contando con una intervención del 78%.<sup>1</sup>

Estas artesanías creadas por los pobladores, requieren ser comercializadas en un mercado fuera de Colombia, un interrogante es ¿cómo exportar estos productos a mercados internacionales?

---

<sup>1</sup> ProColombia – (2019)

Anualmente se realiza una rueda de negocios guiada por ProColombia, en la que participan empresarios de diversos países, provenientes de Estados Unidos, Francia, España, Holanda, Japón, Brasil, Alemania y Aruba, en esta rueda de negocios los artesanos mediante sus productos evidencian la diversidad, la originalidad y lo más importante la calidad de estas artesanías, productos tradicionales tales como sombreros, bolsos, instrumentos musicales, entre otros. Los principales importadores de estas artesanías han sido Estados Unidos, y países de Europa.

El sector artesanal representa en Colombia un 15% de profesión en la parte manufacturera, un proceso de fabricación de un producto que se realiza con las manos o con ayuda de máquinas, a partir de una materia prima desde lo artesanal hasta la alta tecnología, con aproximadamente 350.000 personas que participan en el proceso, identificando las técnicas de fabricación por sus combinaciones e innovaciones con determinados materiales, los oficios más representativos son el tejido con un 58%, la madera con el 13,5% y finalmente la cerámica con el 7,4%.<sup>2</sup> Es por esta razón que los habitantes del cabildo han visualizado en el comercio una nueva manera de subsistir, utilizando su cultura para generar novedosos artículos artesanales y así crear nuevas oportunidades de negocios internacionales.

En artesanías de Colombia brindan asesorías de cómo llegar a mercados extranjeros, logrando así que diversas comunidades se junten para lograr un mayor impacto y evitar que por falta de conocimiento esta actividad vaya decayendo poco a poco. En Bogotá, se encuentra una gran cantidad de artesanos, la fabricación y ventas de sus productos, son una fuente de sustento, en donde la mayoría de los artesanos son indígenas y afro descendientes, “Encontramos que, en la capital, hay presencia de oficios artesanales relacionados con: tejeduría, bisutería, joyería, trabajos en madera, cerámica, cestería entre otros, representando aproximadamente el 55% de la actividad artesanal” (Fries Martínez, 2016), por lo tanto una de las primordiales estrategias de las

---

<sup>2</sup> ProColombia - (2019)

asesorías, van dirigidas directamente al apoyo de cada una de estas labores artesanales, si las estrategias que se plantean no tienen éxito, las culturas seguirán en el anonimato, y de igual forma la participación de las artesanías no tendrá mayor impacto frente a los mercados internacionales.

Un estudio realizado por ProColombia identificó que, se han detectado nuevas oportunidades para el mercado de artesanías colombianas en 25 países, de los cuales, los más representativos son: Rusia, Nueva Zelandia, Australia, Suiza, Corea del sur, Japón, Emiratos Árabes Unidos y Alemania.

Se pretende dar solución a la problemática que está comunidad está presentando, planteando estrategias tales como las que ha implementado Artesanías de Colombia, en la que generaron laboratorios de innovación y diseño, especialmente para los artesanos colombianos.

De acuerdo con las cifras de TradeMap, en 2019, los principales importadores de artesanías fueron Ecuador, México, Perú, Chile y Estados Unidos, estadísticas que se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 1: Principales importadores de artesanías colombianas**

**Unidad: Miles de dólares americanos**

Las exportaciones de Colombia representan **0,2%** de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es **30**.

<b>Importadores</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Saldo comercial en 2019</b>	<b>Participación de las exportaciones para Colombia (%)</b>	<b>Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2019 (% p.a.)</b>	<b>Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2019 (% p.a.)</b>
<b>ECUADOR</b>	6.388	6.297	38	5	-25
<b>MÉXICO</b>	1.797	1.797	10,7	-6	-49
<b>PERÚ</b>	1.772	651	10,5	-24	-26
<b>CHILE</b>	1.635	1.635	9,7	12	-2
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	1.293	520	7,7	5	-14

**FUENTE:** (TradeMap, Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2019)

De lo anteriormente mencionado, se formula la siguiente pregunta de investigación:

- ¿Es viable realizar exportaciones de artesanías muiscas de la localidad de suba al país de Alemania?

## **1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL:**

- Analizar y determinar la viabilidad de inversión en un proyecto para la implementación de un departamento de exportaciones y la exportación de artesanías elaboradas con pensamiento muisca al mercado de Alemania, haciendo conocer el producto enviando una muestra sin valor comercial.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar las características del producto, para determinar la demanda y oferta por medio de un estudio de mercado en Alemania, a través de ProColombia. Enviando una muestra sin valor comercial a los posibles importadores.
- Identificar una comercializadora internacional (C.I) que cumpla con las condiciones requeridas para la exportación de productos artesanales.
- Establecer la factibilidad económica y financiera, con el fin de evaluar la rentabilidad y el retorno de la inversión para la implementación del departamento de exportaciones y la exportación, mediante una financiación a través de Bancoldex.
- Determinar la viabilidad legal y administrativa, con la finalidad de cumplir con las exigencias legales para la exportación de artesanías muisca al mercado alemán.

## **1.3 ALCANCE**

El proyecto presenta la factibilidad para la implementación del departamento de exportaciones y la exportación de artesanías muisca hacia el mercado alemán, donde se determinará la viabilidad

en cuanto a los siguientes factores: económico, financiero, administrativo, legal, social y ambiental.

El presente proyecto no incluye la producción de las artesanías, incluye solamente la factibilidad de la comercialización de la exportación de artesanías muisca.

#### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación es realizada con la finalidad de brindar un conocimiento sobre las artesanías, elaboradas por la Comunidad del Cabildo Indígena Muisca de Suba, como una oportunidad de crecimiento para aquellas personas que las fabrican, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ampliar sus mercados y que estos no sean local sino sea más amplio, dirigiéndose a mercados internacionales, ya que se estaría demostrando que se estaría mejorando la economía de esta comunidad, por medio de estas artesanías, que son piezas únicas, elaboradas con pensamiento muisca.

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel económico de esta comunidad indígena, mediante la internacionalización de las artesanías.

La fabricación de cada una de estas piezas, que son únicas y que detrás de estas, se cuenta una historia, se estaría demostrando que estas artesanías lograrían un gran impacto en el extranjero, evidenciando que su validez y confiabilidad podría usarse con más productos que fabrican dentro de esta comunidad.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1 Fuentes de información**

Para la realización de la presente investigación, se han utilizado diversas fuentes de información primarias, debido a que, para el estudio de mercados y el estudio técnico, se requiere la información necesaria en cuanto a la capacidad de producción de las artesanías, costo aproximado y número de artesanos para la elaboración de los productos, y fuentes secundarias confiables, tales como PROCOLOMBIA, Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), International Trade Centre – TradeMap, Ministerios de Comercio Industria y Turismo MINCIT, Legis Comex, Artesanías de Colombia.

### **2.2 Técnicas e instrumentos para recolectar la información**

Las técnicas de recolección se elaboraron por medio de una entrevista, realizada a la persona encargada del taller de bisutería y mostacilla, que hace parte del Cabildo Indígena de Suba, por la cual, se tuvo conocimiento de cuantos productos se encuentran elaborados, quiénes elaboran las manillas y collares en bisutería, y de igual manera lograr una integración de aquellas personas que están interesadas, para aportar a su fabricación.

El tipo de instrumentos que se utilizarán principalmente son documentos, información que contienen las bases de datos y estadísticas proporcionadas por páginas web, y demás documentos que apoyen la realización del proyecto.

### **2.3 Técnicas e instrumentos para analizar la información**

Una vez recolectada la información, se procederá a su respectivo análisis, realizando cuadros analíticos, estadísticos y financieros, los cuales, van a determinar la viabilidad del proyecto.

#### **2.4 Definición y justificación del tipo de estudio**

Para el estudio de la viabilidad del proyecto de la exportación de artesanías hacia el mercado Alemán, se parte desde la recolección de los datos. Para su observación, se usarán diversos estudios, el primero es estudio analítico, el cual permite elaborar un análisis detallado de la información recolectada, elaborando sus respectivas conclusiones, el siguiente estudio es el deductivo, este permite estudiar más a fondo la problemática que se presenta de acuerdo a la deducción y delimitación presentados, y por último el estudio relacional, el cual determina las causas y el efecto del proyecto presentando los diversos impactos que este mismo presente.



### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 ANTECEDENTES**

En la actualidad los muiscas son representados por el cabildo, lugar que simboliza a todas aquellas personas sobrevivientes, dentro de este espacio se tiene como prioridad la defensa del territorio, porque a partir de esta, se llega a la reivindicación cultural. Suba deja de ser como era nombrado, un “pueblito” y lo anexan a Bogotá aproximadamente en el año 1954, en donde la urbanización fue muy rápida.

Los líderes comenzaban a buscar nuevas estrategias de crecimiento para que su cultura pudiera llegar a ser reconocida como pueblo indígena, en donde visualizan en las artesanías una oportunidad para lograr una identificación cultural, siendo estas elaboradas para satisfacer sus necesidades.

La actividad artesanal es comprendida como una herencia hispánica y un gran aporte africano en América Latina tras la esclavitud traída en el momento en que se descubrió por los conquistadores, en el actual territorio colombiano, en el que se encontraron diversidad de grupos étnicos, los cuales, para satisfacer sus necesidades de subsistencia y de realización cultural, elaboraban artículos que asombraban a los conquistadores, entre estos artículos se encuentra la orfebrería en la que utilizaban técnicas como la cera perdida, utilizando moldes de arcilla, la laminación, el martillado, el grabado o la soldadura. Los antepasados precolombinos, elaboraban grandes piezas de arte las cuales, lograron despertar la codicia del español conquistador.




Los artesanos han sido personas que a lo largo de la historia, han avanzado en oficios para llegar a satisfacer diversas necesidades, en la mayoría de los casos el autoconsumo. La artesanía ha estado en continuo crecimiento, relacionándose y adaptándose a los cambios tecnológicos de cada una de las épocas.

### 3.2 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

#### 3.2.1. Producto (Ficha Técnica)

M A N I L L A S	PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
	 Ref.1	Elementos asociados a la ley de origen y tradición muisca.	Tejido en mostacillas. Tejido con aguja delgada y con hilo búfalo. Técnicas con pensamiento muisca.
	Ref.2  Ref.3 	Se usan los colores que están registrados en lengua muisca, la lengua madre del pueblo indígena muisca.	Diversidad en sus diseños. Distintos tamaños. Telar a mano.
	Ref.4  Ref.5 	Pictografía y simbología muisca.	

# COLLARES

PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
 <p>Ref.6</p>	<p>Elementos asociados a la ley de origen y tradición muisca.</p>	<p>Tejido con aguja delgada y con hilo búfalo.</p> <p>Su precio puede variar dependiendo el tamaño y trabajo que se emplee al realizar el collar.</p> <p>Diversidad en sus colores.</p> <p>100% artesanales.</p>
 <p>Ref.7</p>	<p>Se usan los colores que están registrados en lengua muisca, la lengua madre del pueblo indígena muisca.</p>	<p>Algunos se hacen en telar y otros a mano sin telar.</p> <p>Elaborado con aguja tela de ángel.</p>
 <p>Ref.8</p>	<p>Pictografía y simbología muisca.</p>	

### **3.3 Empaque y embalaje**

Para la protección de la mercancía se usan cajas, estas facilitan el transporte, la manipulación y el correcto almacenamiento, en estas cajas se podrán agrupar los productos de manera temporal, hasta que este llegue a su destino final. En uno de los lados de las cajas contiene características de los productos y la forma de manipularlo.

#### **3.3.1 Empaque primario:**

La etiqueta de cartón, personalizada con un escrito corto de la cultura muisca, el cual, es utilizado para la comercialización en los puntos de venta.



#### **3.3.2 Empaque secundario:**

Dentro de este, es que va el empaque primario, el cual le otorga protección y presentación para su respectiva distribución comercial. Este resiste a impactos y es utilizado en caso que la mercancía sea ultraligera. (Bolsa transparente con cierre hermético)



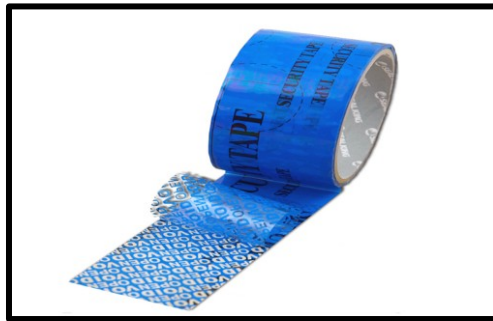
### **3.3.3 Empaque terciario:**

Se utilizan cajas en las que unifican los productos, especiales para el caso de que la mercancía se frágil. Este facilita su manipulación y su transporte. (Cajas)



### **3.3.4 Seguridad:**

En el momento que la mercancía va a ser transportada para el excelente sellado de las cajas y evitar que la mercancía se extravíe, se utilizará cinta “Etiqueta de Seguridad”, la cual deja huella en el momento de ser violentada.



### **3.4 CULTURA DE NEGOCIOS**

Según LegisComex, los empresarios alemanes son personas directas, francas y puntuales, es de gran importancia que al momento de realizar las negociaciones se hayan analizado y estudiado con anterioridad, se debe tener presente todos los documentos necesarios e importantes para que al momento de negociar sean muy claros y concisos para dirigirse a ellos, en cuestión de bromas e ironía no son de agrado dentro de la cultura de negocios alemana, ya que para ellos, se tomaría como una falta de respeto, el idioma a utilizar es de preferencia el alemán, pero en el caso de desconocerlo, lo preferible es utilizar el idioma común, el inglés, o contratar servicios de un intérprete.

El mercado alemán, tiene consumidores que prefieren productos únicos, diferenciados y que mantengan alguna relación con las tendencias de la moda. Se trata de clientes a los cuales les llama la atención las piezas que combinan diversos tipos de materiales y colores, buscan productos y servicios de calidad, una de las normas que más confían como calidad, es la DIN.

### **3.5 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR**

Según ProColombia, el comprador alemán prefiere productos diferenciados, que mediante estos cuenten una historia, como fue su elaboración y quienes participaron en su fabricación, prefieren productos llamativos, que tengan alguna relación con la moda, que por medio de la elaboración de estas piezas combinen diversas técnicas, colores y materiales.

Al consumidor alemán no le interesa el precio del producto, sino, que le cautive la calidad y el valor significativo de cada una de estas piezas.

## **4. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

### **4.1 SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO**

Los artesanos colombianos renuevan sus actividades, generando innovación para así mismo lograr dominar nuevos mercados, sin embargo, se enfrentan con barreras como obtener una considerable profesionalización e incorporación empresarial para fortalecer sus actividades.

Aproximadamente en Colombia hay 300.000 artesanos que en sus técnicas manuales prevalecen aquellas que aprendieron de sus antepasados, este sector participa con un 15% de oficio dentro de la industria manufacturera.

En sus inicios la principal problemática con la que se enfrentaba esta industria, era la falta de diseño, ya que se encontraban con suficiente materia prima, pero tenían carencia de creatividad para poder darle un valor agregado a las piezas artísticas. En la actualidad, otra problemática que prevalece, es la falta de asociaciones entre los artesanos, ya que, aproximadamente el 82.38% de estos artistas no participan en ningún tipo de organización para lograr su producción y comercialización a mayor escala.

El grupo artesanal, ha presentado numerosos inconvenientes que han amenazado este sector, siendo la falsificación de estas artesanías, la situación que prevalece, porque toman piezas artesanales, protegidas con el sello de denominación de origen, las copian y las venden a precios muy bajos, pues el gobierno frente a esta situación promovió una campaña contra la falsificación. Con el tiempo esta actividad ha logrado un avance en cuanto a la calidad, y por lo tanto, esta sigue siendo principalmente construida por microempresas familiares, de carácter informal, lo que ha fortalecido su presencia internacionalmente en los últimos años, quienes viven económicamente de este oficio. La artesanía es muy valorada y bastante apetecida en otros países, ya que los extranjeros valoran el trabajo y dedicación de cada uno de los productos ofrecidos, en donde son apreciadas ya que mediante estas se representa una pequeña parte de la cultura y herencia del pueblo, varios estudios han identificado que los compradores buscan productos que cuenten una historia.

El reto es trabajar más para competir en mercados internacionales y proteger tradiciones que con el tiempo poco a poco se han ido perdiendo, competir con mercados internacionales les exige a los artesanos evolucionar y perfeccionar su arte. El tratado de libre comercio (TLC), firmado entre Colombia y la Unión Europea, es una excelente iniciativa para que así se pueda lograr una mejor comercialización mucho más dinámica de las artesanías, lo que conlleva, una vía para que así se puedan exportar estos productos en múltiples mercados.



## 4.2 ANÁLISIS DOFA DEL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informalidad</li> <li>• En algunas familias y especialmente en la juventud, la perdida de las costumbres artesanales</li> <li>• Falta de voluntad política en incentivos para el apoyo de la micro, pequeña y mediana empresa en el sector artesanal</li> <li>• Escasa iniciativa de emprender nuevos productos específicos, por falta de información de las necesidades del mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preferencia arancelaria</li> <li>• La artesanía es rica en productos y materias que satisfacen gustos variados</li> <li>• La tradición cultural brinda el toque de originalidad a los productos y garantiza su calidad de elaboración a través de un conocimiento transmitido de generación en generación desde hace muchos años</li> <li>• Ampliación de fuentes de financiación.</li> </ul>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradición artesanal, joyera y orfebre</li> <li>• Interés por parte de intermediarios en comercializar los productos elaborados</li> <li>• Existencia de tiendas artesanales, intermediarios y exportadores a nivel nacional que posibilitan la comercialización de los productos.</li> <li>• Productos de excelente calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrabando</li> <li>• La competitividad de la calidad y costos de los productos</li> <li>• Imitación de las artesanías por otros productores en otros países</li> <li>• Dificil acceso a mercados internacionales</li> </ul>

### 4.3 Sector artesanal en Bogotá

En Bogotá, existen diversos puntos de apoyo, en donde los artesanos se centran para vender sus productos, los cuales, cuentan con espacios de comercialización, tales como centros comerciales, plazoletas y ferias, entre estos puntos principales se encuentran:

- Localidad de Kennedy
- Localidad de Usme
- Localidad de Suba
- Localidades Engativa y ciudad Bolívar

## **5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Según la opinión de los empresarios, que participan en la macro rueda, que es realizada anualmente por ProColombia: “Alemania tiene una particularidad dentro de la Unión Europea, aseguran los empresarios colombianos con experiencia en el mercado. No es solo el país más poblado del bloque, sino que, sus 82 millones de habitantes representan un mercado importante para los productos colombianos” (ProColombia, 2019). Por lo tanto, los empresarios implementan estrategias la cuales van desde generar innovación mediante una artesanía, hasta brindar una excelente calidad al momento de presentar su producto a la venta, para lograr cautivar el mercado objetivo.

Según las estadísticas que corresponden a la partida 711790, la cual pertenece a productos en bisutería, obtenidas de la página oficial de TradeMap, se puede evidenciar las siguientes participaciones de importaciones de Alemania desde Colombia, en los últimos años:

CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	ALEMANIA IMPORTA DESDE COLOMBIA EN MILES DE DOLARES				
		VALOR EN 2015	VALOR EN 2016	VALOR EN 2017	VALOR EN 2018	VALOR EN 2019
		711790	Bisutería (exc. de metal común, incl. plateado, dorado o platinado)	130	115	127
711719	Bisutería de metal común esmaltado o no con metales preciosos (excl. Como gemelos y pasadores simil.)	202	139	113	119	129

**Fuente:** (TradeMap, Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2019)

Se puede observar que las importaciones de Alemania desde Colombia, en el 2018 se logró el mayor número de importaciones de artesanías correspondiente a USD \$199.000,00, pero en el siguiente año, 2019 se redujeron a USD \$149.000,00, correspondiente al 25% lo que genera una alerta para fomentar el aumento de exportaciones de este producto desde Colombia a Alemania.

## 6. ANÁLISIS DEL PRECIO

LISTA DE LOS MERCADOS PROVEEDORES PARA UN PRODUCTO IMPORTADO POR ALEMANIA EN 2019					
	EXPORTADORES	VALOR IMPORTADO EN 2019 (MILES DE DOLARES)	PARTICIPACION DE LAS IMPORTACIONES PARA ALEMANIA	CANTIDAD IMPORTADA EN 2019 (ton)	VALOR UNITARIO (USD/UNIDAD)
1	CHINA	50.201	55,1%	1.450	34.621
2	PAISES BAJOS	5.634	6,2%	103	54.699
3	POLONIA	5.633	6,2%	20	281.650
4	ITALIA	5.472	6%	31	176.516
5	FRANCIA	4.784	5,3%	51	93.804
6	TAILANDIA	3.705	4,1%	71	52.183
7	REINO UNIDO	2.770	3%	28	98.929
8	INDIA	2.579	2,8%	51	50.569
26	COLOMBIA	149	0,2%	1	149.000

**Fuente:** (TradeMap, 2019)

En la anterior tabla, se pueden observar los primeros países que exportan artesanías hacia Alemania, con nomenclatura arancelaria 71.17.90, que corresponde a Bisutería (excepto de metal común, incl. plateado, dorado o platinado), se puede observar que en la última casilla se encuentra ubicada Colombia en el puesto 26, con una mínima participación para la exportación de este producto con un porcentaje del 0,2%. Para Colombia, sería una gran oportunidad exportar artesanías hacia Alemania, ya que, cuenta con los recursos suficientes para llamar la atención del cliente objetivo, contando con historia e innovación mediante los productos ofrecidos, lo cual podría resultar beneficioso para ambos países.

## **7. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN**

Artesanías de Colombia. (2019), informa que para lograr una excelente distribución y comercialización de las artesanías, se debe tener en cuenta diversos factores que faciliten este proceso, como elegir el cliente objetivo, es decir llegar a un punto estratégico en el que se tenga diversidad de clientes que adquieran el producto, en el que se ampliaran las posibilidades de venta y así optar por buscar un importador minorista, este se encargará de seleccionar la mejor alternativa, los cuales son los que tienen sus tiendas que venden productos al público en general, y la principal característica es, que ese público busca productos particulares y especiales, donde el precio no es un factor indispensable para adquirir el producto.

## **8. ESTUDIO TÉCNICO**

### **8.1 Tamaño: Mercado, localización**

El proyecto está dirigido hacia el mercado alemán, el cual para el 2019 contaba con una población aproximada de 83 millones de personas, en el mismo año, contaba con un PIB

(Producto Interno Bruto) de USD \$3.7 billones, un crecimiento de 0.6% con respecto al 2018, contando con un PIB per capita de USD \$47.603,03.

Alemania es una de las 10 economías más importantes del mundo, por lo tanto, se puede considerar que su población tiene un buen nivel de vida, su moneda nacional es el euro.

## **8.2 Macro localización**

### **8.2.1 Macro localización del país de destino (Alemania)**

Alemania se encuentra ubicado en Europa central, ubicado entre los Países Bajos y Polonia, disfruta de una producción de energía renovable, posee una alta gama de servicios marítimos y aéreos, gracias a sus excelentes conexiones primordiales de sus puertos y aeropuertos del norte de Europa, sus principales puertos son, el puerto de Bremen-Bremerhaven y el Puerto de Hamburgo. Gracias a su ubicación entre el Mar Báltico y el Mar del Norte, permite el transporte de todo tipo de carga, suficiente para soportar las necesidades de su economía. “Tiene una superficie total de 357.022 km<sup>2</sup>, de los cuales 348.672 km<sup>2</sup> corresponden a terreno sólido y 8.350 km<sup>2</sup> a aguas territoriales y la línea de litoral marítimo tiene una extensión total de 2.389 kilómetros. Su capital y ciudad más poblada es Berlín.”<sup>3</sup>

---

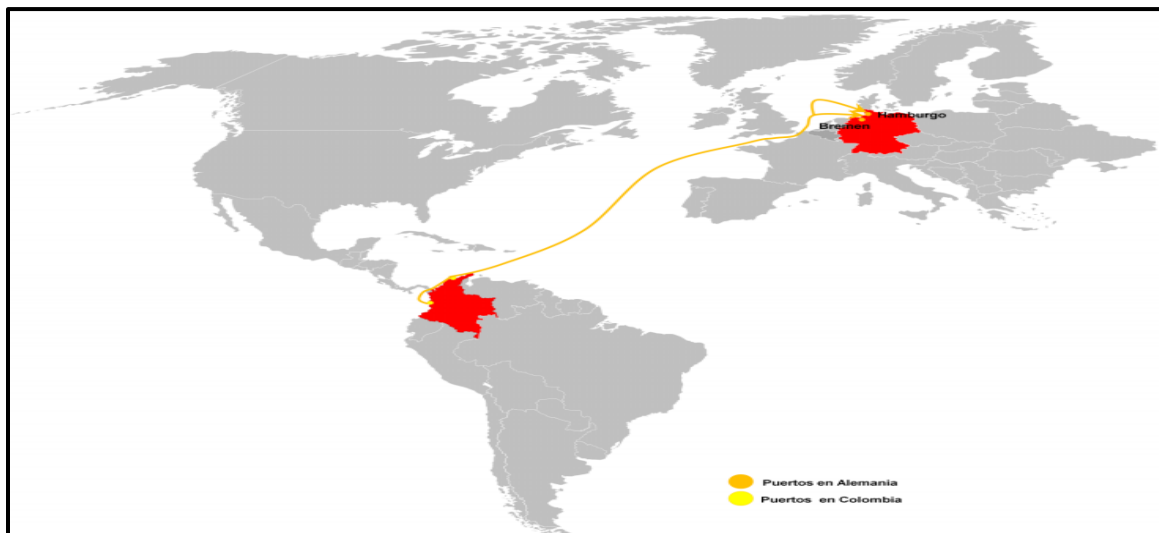
<sup>3</sup> Central Agency of Intelligence, 2016 (ProColombia)

### 8.2.1.1 Ubicación de Alemania en el mundo



**Fuente:** (Google Maps)

### Acceso marítimo



**Fuente:** (Google Maps)

Gracias a la excelente ubicación de Alemania, cuenta con la mejor infraestructura portuaria, desde Colombia se orientan las exportaciones hacia los puertos de Bremen-Bremerhaven y el puerto de Hamburgo. Desde Colombia, existen opciones de 11 rutas, con un trayecto de aproximadamente 14 días.

### **8.2.2 Micro localización país de destino (Hamburgo)**

Hamburgo se encuentra ubicado al norte de Alemania, entre los Estados del norte, Schleswig-Holstein y al sur, Baja Sajonia, es una ciudad portuaria, contando con una excelente conexión comercial marítima, su puerto es uno de los más grandes, siendo el segundo más grande de Europa y a nivel mundial ocupa el noveno puesto, pues limita con el mar del Norte a sur oeste y el mar Báltico al este. Gracias a su excelente infraestructura y su facilidad que ofrece, permite el ingreso y salida de mercancías.

#### **Puerto de hamburgo**



**Fuente:** (Guia de Alemania, 2020)

### 8.3 Macro localización del país de origen (Colombia)

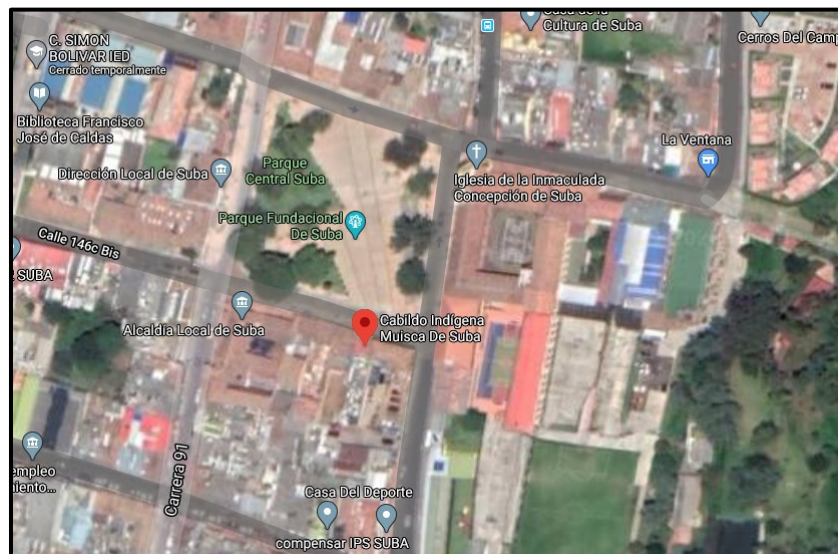
#### Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Hamburgo	Cartagena	Directo	16
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	20
	Santa Marta	Directo	14
	Buenaventura	Posorja-Ecuador	26

Fuente: (ProColombia, 2019)

### 8.4 Micro localización país de origen (Colombia)

El proyecto se ubicará en Bogotá, capital de Colombia, exactamente en la localidad de Suba, esta localidad cuenta con aproximadamente 1.162.000 habitantes, el Cabildo Muisca se encuentra ubicado en el centro de Suba, el cual cuenta con aproximadamente 10.000 personas registradas en el último censo año 2010, radicado ante el Ministerio de Interior.



Fuente: (Google Maps)



## **9. INGENIERÍA DEL PROYECTO (LOGÍSTICA)**

### **9.1 Vinculación a una Sociedad de Comercialización Internacional (C.I.)**

Las Sociedades de Comercialización Internacionales (C.I.) deben estar inscritas ante el Ministerio de Comercio Exterior, y ofrecen diversos servicios, entre los cuales se encuentra la exportación de productos ya finalizados, va dirigida a todas aquellas empresas que deseen ampliar su mercado a nivel universal. Una Sociedad de Comercialización Internacional (C.I.), se encarga solamente de la distribución de los productos nacionales a mercados internacionales.

#### **Requisitos para una vinculación y costos con una comercializadora internacional (C.I.)**

Se realiza un contrato con el exportador, en el que se especifica el valor que se va a cobrar y el lugar de destino. Adicionalmente se deben entregar a la Sociedad de Comercialización Internacional (C.I.) los siguientes documentos para ser presentados ante las autoridades competentes para la exportación del producto:

- Cámara de Comercio y NIT
- Registro Único Tributario RUT
- Certificaciones y vistos buenos
- Certificación de origen y declaración jurada de origen
- Autorización de embarque de la mercancía
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Documentación de transporte
- Certificado de la declaración de Colombia (Marca país)
- Declaración de exportación (DEX)

El cobro que hacen las comercializadoras internacionales es una tarifa estándar del 10% sobre el valor de la mercancía que se va a exportar.

## **10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

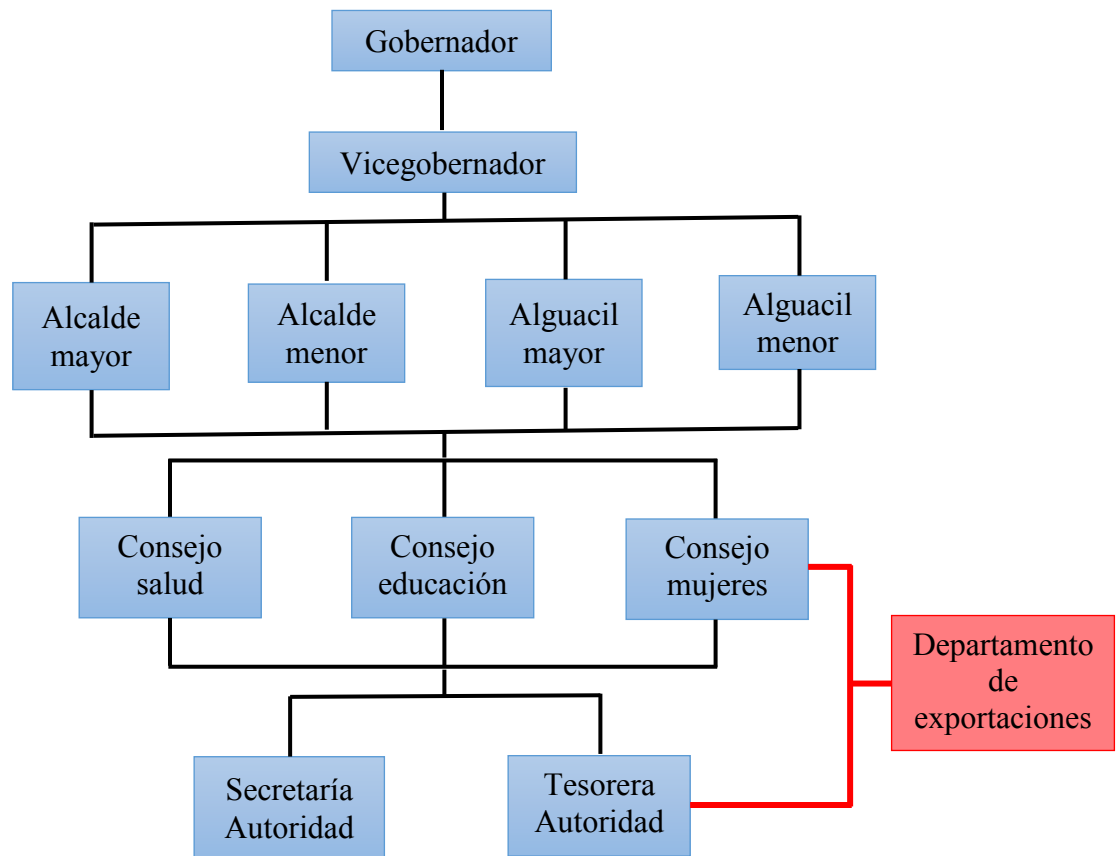
### **10.1 Impacto empresarial generado con el proyecto**

El presente proyecto tiene como objetivo generar un gran impacto a los artesanos de la comunidad del Cabildo Muisca de Suba, ampliando las alternativas de posibles mercados internacionales, para que así, su distribución no solo sea local, sino internacional y que mediante su distribución se logre un reconocimiento cultural.

### **10.2 Estructura organizacional**

La estructura organizacional del Cabildo Muisca de Suba, está constituida por el gobernador, vicegobernador, el alcalde mayor, el alcalde menor, alguacil mayor, alguacil menor, secretaria autoridad y finalmente la tesorera autoridad.

## Estructura organizacional cabildo

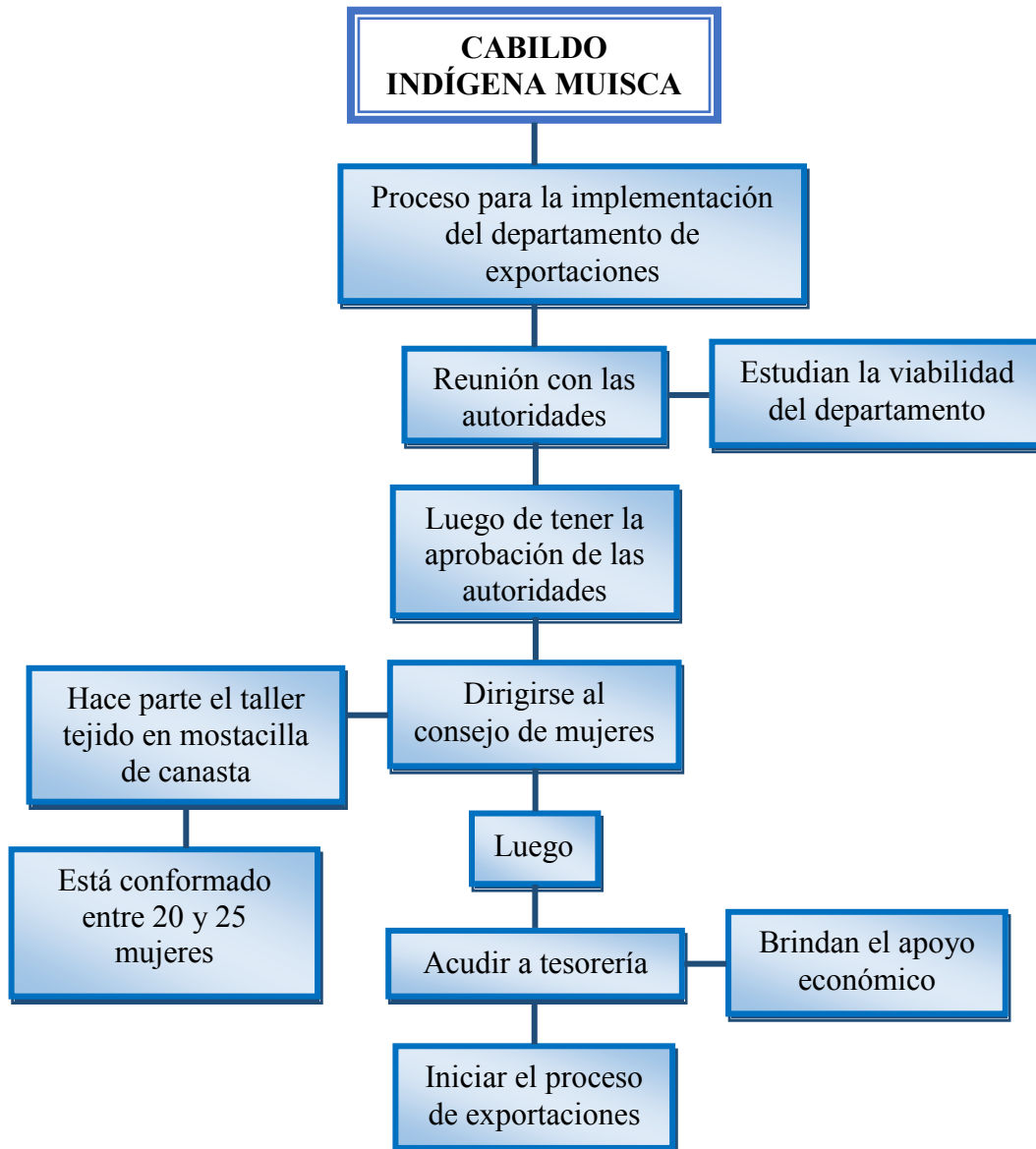


**Elaboración:** Autor

## 11. ESTUDIO LEGAL

### 11.1 Tipo de empresa a crear o reestructurar

Requisitos legales para la implementación del departamento de exportaciones en el cabildo



## 11.2 Normatividad aplicable para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general

La normatividad aplicable para las artesanías en mostacilla en Colombia, según la dirección de impuestos y de aduanas nacionales (DIAN), es:

### 11.2.1 Nomenclatura arancelaria y requisitos para exportación

Nomenclatura arancelaria artesanías

Perfil de la mercancía						
DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	7117.90.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas Bisutería. - Las demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Fuente: (DIAN)

### 11.2.2 Requisitos para exportación del producto

Documentos soporte para exportaciones - 7117900000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Consignación de regalias/Municipios - Servicio Geologico Colombiano	PREVIO	OPCIONAL	NO	21-may-2016	...		
Visto Bueno para exportación de bienes culturales - Ministerio De Cultura	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...		



Orden	Código	Descripción	Tipo de dato	Longitud	Decimales	Obligatorio	Desde	Hasta	Leg	Detalle
1	73	Nombre Comercial	TEXTO	60		SI	20-sep-2007	...		
2	74	Otras características	TEXTO	4000		SI	20-sep-2007	...		
3	1716	Cantidad de unidades comerciales	TEXTO	60		NO	20-ene-2008	...		

MEDIDAS			
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen		.	.
IVA		.	.
Otras tarifas generales	.	.	.
Gravámenes por acuerdos internacionales		.	.
Medidas de protección comercial	.	.	.
Régimen de comercio		.	.
Bienes de capital	.	.	.
Índice Alfabético Arancelario	.	.	.
Notas de nomenclatura	.	.	.
Correlativas por apertura	.	.	.
Correlativas por cierre	.	.	.
Requisitos Especificos de Origen (REO)	.	.	.
Documentos soporte	.		.
Características especiales	.	.	.
Restricciones	.	.	.
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial	.	.	.
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial	.	.	.
Modalidades permitidas	.	.	.
Descripciones de mercancías			.
Documentos soporte por zona de RAE	.	.	.
Cupos de Mercancia	.	.	.

Fuente: (DIAN)

En general los documentos más importantes para exportar las artesanías son:

- Factura comercial
- Documento de transporte
- Lista de empaque
- Ficha técnica del producto
- Certificado de origen (cuando aplique)
- Vistos buenos para las artesanías

- Permiso de expoartesanías para lograr la salida de la mercancía
- Declaración de exportación

## **12. REGISTRO COMO EXPORTADOR**

Según ProColombia, para dar inicio con cualquier tipo de exportación sea una empresa o persona natural, los documentos que son necesarios para registrarse como exportador de bienes y/o servicios son:

- Registro único Tributario (RUT), solicitándolo ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), ya que es solicitado por el comprador.
- Autenticación de origen y certificado de origen, solicitándolo ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), su costo varía dependiendo el tipo de mercancía.
- Trámite del criterio de origen, en donde se especifica la cantidad de la mercancía que se va exportar y el destino.
- Se debe expedir ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) una solicitud de embarque.

### 13. ESTUDIO FINANCIERO

#### 13.1 Inversiones y fuentes de financiación

Para la realización de dos exportaciones, cada una de 400 unidades que se realizaría en un lapso de tiempo de dos meses, requiere una inversión de \$26.000.000 de pesos, para lo cual se adquiriría una fuente de financiamiento utilizando una línea de crédito Bancoldex a través del Banco de Bogotá, a un plazo de 24 meses, con una tasa de interés anual a 1.5%.

<b>PRESUPUESTO DE INVERSIONES</b>		
<b>PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>CUENTAS</b>	<b>%</b>	<b>IMPORTE</b>
CAJA MENOR	0,69%	\$ 100.000,00
Vlr. MUESTRA SIN VALOR COMERCIAL	4,44%	\$ 646.500,00
Vlr EXPORTACIÓN	85,95%	\$ 12.508.390,04
OBLIGACIONES FINANCIERAS	8,92%	\$ 1.298.027,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 14.552.917,04</b>



### 13.2 Determinación del costo de exportación

MUESTRA SIN VALOR COMERCIAL							
ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO.				TRM	\$ 3.700,00	EURO	\$ 0,885
CONCEPTO	UND	VALOR UND COP	VALOR TOTAL COP	VALOR UND USD	VALOR TOTAL USD	VALOR UND EURO	VALOR TOTAL EURO
MANILLA Ref.1	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 0,95	\$ 0,95	\$ 0,84	\$ 0,84
MANILLA Ref.2	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 1,89	\$ 1,89	\$ 1,67	\$ 1,67
MANILLA Ref.3	1	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	\$ 2,84	\$ 2,84	\$ 2,51	\$ 2,51
MANILLA Ref.4	1	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 3,78	\$ 3,78	\$ 3,35	\$ 3,35
MANILLA Ref.5	1	\$ 17.500,00	\$ 17.500,00	\$ 4,73	\$ 4,73	\$ 4,19	\$ 4,19
COLLAR Ref.1	1	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 7,57	\$ 7,57	\$ 6,70	\$ 6,70
COLLAR Ref.2	1	\$ 42.000,00	\$ 42.000,00	\$ 11,35	\$ 11,35	\$ 10,05	\$ 10,05
COLLAR Ref.3	1	\$ 56.000,00	\$ 56.000,00	\$ 15,14	\$ 15,14	\$ 13,39	\$ 13,39
<b>COSTO MERCANCIA</b>	8	\$ 178.500,00	\$ 178.500,00	\$ 48,24	\$ 48,24	\$ 42,70	\$ 42,70
ETIQUETA DE CARTÓN	8	\$ 1.500,00	\$ 12.000,00	\$ 0,41	\$ 3,24	\$ 0,36	\$ 2,87
SOBRE BURBUJA TRANSPARENTE	8	\$ 355,00	\$ 2.840,00	\$ 0,10	\$ 0,77	\$ 0,08	\$ 0,68
CAJAS DE CARTON	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 0,81	\$ 0,81	\$ 0,72	\$ 0,72
CINTA SEGURIDAD	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04
<b>PRECIO FOB</b>		<b>\$ 183.515,00</b>	<b>\$ 196.500,00</b>	<b>\$ 49,60</b>	<b>\$ 53,11</b>	<b>\$ 43,89</b>	<b>\$ 47,00</b>
FLETE Y SEGURO INTERNACIONAL		\$ 56.250,00	\$ 450.000,00	\$ 15,20	\$ 121,62	\$ 13,45	\$ 107,64
<b>PRECIO CIF</b>		<b>\$ 239.765,00</b>	<b>\$ 646.500,00</b>	<b>\$ 64,80</b>	<b>\$ 174,73</b>	<b>\$ 57,35</b>	<b>\$ 154,64</b>

Fuente: Elaboración Autor

### 13.3 Presupuesto de costo de ventas

PRESUPUESTO DE COSTOS DE VENTAS.							
ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO.				TRM	\$ 3.700,00	EURO	\$ 0,885
CONCEPTO	UND	VALOR UND COP	VALOR TOTAL COP	VALOR UND USD	VALOR TOTAL USD	VALOR UND EURO	VALOR TOTAL EURO
MANILLA Ref.1	70	\$ 3.500,00	\$ 245.000,00	\$ 0,95	\$ 66,22	\$ 0,84	\$ 58,60
MANILLA Ref.2	70	\$ 7.000,00	\$ 490.000,00	\$ 1,89	\$ 132,43	\$ 1,67	\$ 117,20
MANILLA Ref.3	60	\$ 10.500,00	\$ 630.000,00	\$ 2,84	\$ 170,27	\$ 2,51	\$ 150,69
MANILLA Ref.4	50	\$ 14.000,00	\$ 700.000,00	\$ 3,78	\$ 189,19	\$ 3,35	\$ 167,43
MANILLA Ref.5	30	\$ 17.500,00	\$ 525.000,00	\$ 4,73	\$ 141,89	\$ 4,19	\$ 125,57
COLLAR Ref.1	40	\$ 28.000,00	\$ 1.120.000,00	\$ 7,57	\$ 302,70	\$ 6,70	\$ 267,89
COLLAR Ref.2	50	\$ 42.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 11,35	\$ 567,57	\$ 10,05	\$ 502,30
COLLAR Ref.3	30	\$ 56.000,00	\$ 1.680.000,00	\$ 15,14	\$ 454,05	\$ 13,39	\$ 401,84
COSTO MERCANCIA	400	\$ 178.500,00	\$ 7.490.000,00	\$ 48,24	\$ 2.024,32	\$ 42,70	\$ 1.791,53
ETIQUETA DE CARTÓN	400	\$ 1.500,00	\$ 600.000,00	\$ 0,41	\$ 162,16	\$ 0,36	\$ 143,51
SOBRE BURBUJA TRANSPARENTE	400	\$ 355,00	\$ 142.000,00	\$ 0,10	\$ 38,38	\$ 0,08	\$ 33,96
CAJAS DE CARTON	2	\$ 3.650,00	\$ 7.300,00	\$ 0,99	\$ 1,97	\$ 0,87	\$ 1,75
CINTA SEGURIDAD	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 2,16	\$ 2,16	\$ 1,91	\$ 1,91
SALARIO	1	\$ 3.315,23	\$ 1.326.090,04	\$ 1,12	\$ 446,43	\$ 0,99	\$ 395,09
<b>EXW</b>		<b>\$ 195.320,23</b>	<b>\$ 9.573.390,04</b>	<b>\$ 53,01</b>	<b>\$ 2.675,43</b>	<b>\$ 46,91</b>	<b>\$ 2.367,75</b>
TRANSPORTE NACIONAL		\$ 125,00	\$ 50.000,00	\$ 0,03	\$ 13,51	\$ 0,03	\$ 11,96
COSTO C.I. (10% VALOR FOB)		\$ 24.953,27	\$ 1.208.539,00	\$ 6,77	\$ 335,43	\$ 5,99	\$ 296,86
COSTO FINANCIERO		\$ 537,50	\$ 215.000,00	\$ 0,15	\$ 58,11	\$ 0,13	\$ 51,43
UTILIDAD 30%		\$ 53.550,00	\$ 2.247.000,00	\$ 14,47	\$ 607,30	\$ 12,81	\$ 537,46
<b>PRECIO FOB</b>		<b>\$ 249.532,73</b>	<b>\$ 12.085.390,04</b>	<b>\$ 67,66</b>	<b>\$ 3.354,34</b>	<b>\$ 59,88</b>	<b>\$ 2.968,59</b>
FLETE Y SEGURO INTERNACIONAL		\$ 1.057,50	\$ 423.000,00	\$ 0,29	\$ 114,32	\$ 0,25	\$ 101,18
<b>PRECIO CIF</b>		<b>\$ 250.590,23</b>	<b>\$ 12.508.390,04</b>	<b>\$ 67,95</b>	<b>\$ 3.468,67</b>	<b>\$ 60,13</b>	<b>\$ 3.069,77</b>

Fuente: Elaboración Autor

### 13.4 Programa de amortización a la deuda

PROGRAMA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA						
PLAN DE FINANCIAMIENTO SISTEMA DE AMORTIZACIÓN DEUDA CUOTA CONSTANTE						
CAPITAL	i	%	n	CUOTA	ACUMULADO ANUAL	
\$ 26.000.000	1,5%		24		INTERESES	INTERESES
PERIODO	S.D	AMORT	INTERESES			
0	\$ 26.000.000,00					
1	\$ 25.091.973,35	\$ 908.026,65	\$ 390.000,00	\$ 1.298.026,65		
2	\$ 24.170.326,30	\$ 921.647,05	\$ 376.379,60	\$ 1.298.026,65		
3	\$ 23.234.854,54	\$ 935.471,76	\$ 362.554,89	\$ 1.298.026,65		
4	\$ 22.285.350,71	\$ 949.503,83	\$ 348.522,82	\$ 1.298.026,65		
5	\$ 21.321.604,32	\$ 963.746,39	\$ 334.280,26	\$ 1.298.026,65		
6	\$ 20.343.401,73	\$ 978.202,59	\$ 319.824,06	\$ 1.298.026,65		
7	\$ 19.350.526,11	\$ 992.875,63	\$ 305.151,03	\$ 1.298.026,65		
8	\$ 18.342.757,35	\$ 1.007.768,76	\$ 290.257,89	\$ 1.298.026,65		
9	\$ 17.319.872,06	\$ 1.022.885,29	\$ 275.141,36	\$ 1.298.026,65		
10	\$ 16.281.643,48	\$ 1.038.228,57	\$ 259.798,08	\$ 1.298.026,65		
11	\$ 15.227.841,49	\$ 1.053.802,00	\$ 244.224,65	\$ 1.298.026,65		
12	\$ 14.158.232,46	\$ 1.069.609,03	\$ 228.417,62	\$ 1.298.026,65	\$ 3.734.552,27	\$ 11.841.767,54
13	\$ 13.072.579,29	\$ 1.085.653,16	\$ 212.373,49	\$ 1.298.026,65		
14	\$ 11.970.641,33	\$ 1.101.937,96	\$ 196.088,69	\$ 1.298.026,65		
15	\$ 10.852.174,30	\$ 1.118.467,03	\$ 179.559,62	\$ 1.298.026,65		
16	\$ 9.716.930,26	\$ 1.135.244,04	\$ 162.782,61	\$ 1.298.026,65		
17	\$ 8.564.657,57	\$ 1.152.272,70	\$ 145.753,95	\$ 1.298.026,65		
18	\$ 7.395.100,78	\$ 1.169.556,79	\$ 128.469,86	\$ 1.298.026,65		
19	\$ 6.208.000,64	\$ 1.187.100,14	\$ 110.926,51	\$ 1.298.026,65		
20	\$ 5.003.094,00	\$ 1.204.906,64	\$ 93.120,01	\$ 1.298.026,65		
21	\$ 3.780.113,76	\$ 1.222.980,24	\$ 75.046,41	\$ 1.298.026,65		
22	\$ 2.538.788,81	\$ 1.241.324,94	\$ 56.701,71	\$ 1.298.026,65		
23	\$ 1.278.843,99	\$ 1.259.944,82	\$ 38.081,83	\$ 1.298.026,65		
24	\$ 0,00	\$ 1.278.843,99	\$ 19.182,66	\$ 1.298.026,65	\$ 1.418.087,36	\$ 14.158.232,46
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 26.000.000,00</b>	<b>\$ 5.152.639,63</b>	<b>\$ 31.152.639,63</b>	<b>\$ 5.152.639,63</b>	<b>\$ 26.000.000,00</b>
<b>PROMEDIO</b>			<b>214.693</b>			

FUENTE: ELABORACION DEL AUTOR

### 13.5 Flujo Neto de Fondos

FLUJO NETO DE FONDOS DEL PROYECTO						
FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA						
CUENTAS AÑOS	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
	0	1	2	3	4	5
<b>INVERSION</b>						
CAPITAL DE TRABAJO	\$12.508.539,00					
ACTIVOS FIJOS	\$ 0,00					
CARGAS DIFERIDOS	\$ 0,00					
FINANCIAMIENTO	\$ 1.298.027,00					
<b>INGRESOS OPERACIONALES - VENTAS</b>	\$ 0,00	\$ 12.508.390,00	\$13.759.229,00	\$15.135.151,90	\$16.648.667,09	\$18.313.533,80
<b>COSTOS DE PRODUCCION O COSTO DE VENTAS</b>		\$ 11.046.929,00	\$12.151.621,90	\$ 3.366.784,09	\$14.703.462,50	\$16.173.808,75
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 1.461.461,00	\$ 1.607.607,10	\$ 1.768.367,81	\$ 1.945.204,59	\$ 2.139.725,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTOS DE VENTAS		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>		\$ 1.461.461,00	\$ 1.607.607,10	\$ 1.768.367,81	\$ 1.945.204,59	\$ 2.139.725,05
GASTOS NO OPERACIONALES Y FINANCIEROS		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 0,00	\$ 1.461.461,00	\$ 1.607.607,10	\$ 1.768.367,81	\$ 1.945.204,59	\$ 2.139.725,05
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>		\$ 511.511,35	\$ 562.662,49	\$ 618.928,73	\$ 680.821,61	\$ 748.903,77
<b>RESULTADO NETO</b>	\$ 0,00	\$ 949.949,65	\$ 1.044.944,62	\$ 1.149.439,08	\$ 1.264.382,98	\$ 1.390.821,28
DEPRECIACION MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
AMORTIZACION DEL DIFERIDO		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>AMORTIZACION DE LA DEUDA</b>		\$ 11.841.767,54	\$ 11.841.767,54	\$ 11.841.767,54	\$ 11.841.767,54	\$ 11.841.767,54
<b>FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO</b>	\$ 13.806.566,00	\$ 10.891.817,89	\$ 10.796.822,93	\$ 10.692.328,47	\$ 10.577.384,56	\$ 10.450.946,26
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	\$ 13.806.566,00	\$ 10.535.417,65	\$ 11.588.959,42	\$ 12.747.855,36	\$ 14.022.640,89	\$ 15.424.904,98

FUENTE: ELABORACION DEL AUTOR

## CARTA PRESENTACIÓN CABILDO

Bogotá D.C, 14 de Julio de 2020

Señores  
Scarlet Products  
Alemania, Hamburgo

Nos complace dirigirnos a ustedes, con el agrado de saludarlos cordialmente y por consiguiente, presentar al Cabildo Indígena Muisca de Suba, Bogotá, Colombia, somos un gobierno propio, iniciando un proceso de reivindicación desde hace varios años, usando diversas estrategias, siendo la producción de artesanías con pensamiento muisca, una de nuestras principales estrategias de crecimiento, mediante cada uno de estos productos se cuenta una breve historia de la cultura indígena muisca, dedicándonos a la comercialización de manillas y collares en mostacilla checa.

El Cabildo Muisca de Suba, se encuentra interesado en ser proveedor de su empresa, con el ánimo de hacer conocer nuestras artesanías a nivel internacional, ya que se tienen las habilidades para elaborar en forma artesanal nuestras manualidades, con la capacidad de proveer 400 unidades de nuestras diferentes artesanías en forma mensual.

Recientemente se han elaborado 400 artesanías, entre collares y manillas en mostacilla, catálogo adjunto.

Si se encuentran interesados en conocer cada una de las artesanías que son elaboradas dentro del cabildo, se les enviará una muestra sin valor comercial, mediante las cuales podrán evidenciar la calidad de los productos.

Cordialmente,

---

Iván Niviayo  
Gobernador  
gobernador@subamuisca.com

## CONCLUSIONES

- Después de analizar la información recolectada por medio del estudio de mercado, se ha concluido que el mercado de artesanías muiscas en Alemania, Hamburgo tiene una oportunidad comercial, ya que, Colombia posee las capacidades para enfrentarse a este tipo de mercado, contando con los mejores artesanos y los mejores medios para la elaboración de cada uno de las artesanías ofrecidas.
- Se concluye que, el presente proyecto se reconozca, puesto que mediante este se plantea ayudar a una comunidad, ya que las personas que hacen parte de este proyecto, poseen las capacidades suficientes para aumentar la elaboración de artesanías para futuras exportaciones.
- El presente proyecto tiene una limitación financiera, depende de la elaboración de artesanías para el consumo interno, el cual se utilizará para las primeras exportaciones planteadas, ya que en el estudio financiero se acude a una fuente de financiamiento, en la que se proyecta pagar a un plazo de dos años.

## RECOMENDACIONES

- Presentar el proyecto ante las entidades pertinentes, tales como ProColombia y Artesanías de Colombia, para dar a conocer la viabilidad de la exportación de artesanías muisca.
- Incentivar a la Comunidad Muisca de Suba a participar en este tipo de proyectos para así impulsar la economía del cabildo, generando beneficios para cada una de las personas que desean participar aumentando sus ingresos y de igual manera mejorando su calidad de vida.
- Realizar este proyecto no solo en el mercado alemán como se planteó desde un inicio, ya que la Comunidad Indígena Muisca de Suba, cuenta con la voluntad para la elaboración de un mayor volumen de artesanías, y así mismo ampliar su catálogo de manualidades, con el objetivo de ofrecer una mayor oferta hacia los mercados internacionales.
- Por último, se recomienda aumentar la elaboración de las artesanías por medio de talleres que se realizan dentro del cabildo, para así lograr un crecimiento notorio en las artesanías y que la economía pueda crecer de forma constante.

## BIBLIOGRAFÍA

- Portafolio [2019]. Artesanías colombianas, negocio que mueve 3 millones de dólares al año, diciembre de 2019. Fecha de consulta: 17 de marzo de 2020. Disponible en: <https://www.portafolio.co/negocios/artesantias-colombianas-negocio-que-mueve-3-millones-de-dolares-al-ano-536244>
- TradeMap [2019]. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2019. Fecha de consulta: 22 de marzo de 2020. Disponible en: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c%7c7117%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c%7c7117%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Artesanías de Colombia [2016]. Laboratorio de Innovación y Diseño – Bogotá, septiembre de 2016. Fecha de consulta: 07 de abril de 2020. Disponible en: <http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=8934>
- ProColombia [2015]. Alemania, mercado con potencial para las artesanías colombianas, Febrero 2015. Fecha de consulta: 30 de junio de 2020. Disponible en: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/manufacturas/alemania-mercado-con-potencial-para-las-artesantias-colombianas>
- Santander Trade [2020]. Documentos y requisitos para importar a Alemania, junio de 2020. Fecha de consulta: 25 de junio de 2020. Disponible en: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/alemania/distribuir-un-producto>
- TradeMap [2019]. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Alemania en 2019, diciembre 2019. Fecha de consulta: 03 de julio de 2020. Disponible en: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c711790%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c711790%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c1)
- Artesanías de Colombia [2020]. Asesorías puntuales Programa Nacional de Asesorías Puntuales, mayo de 2020. Fecha de consulta: 13 de junio de 2020. Disponible en: [http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_asesoria/comercializacion\\_1489](http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_asesoria/comercializacion_1489)
- LegisComex [2017]. Cultura de negocios con Alemania. Fecha de consulta: 09 de julio de 2020. Disponible en: <https://www.legiscomex.com/Documentos/cultura-negocios-alemania-rci308>



- ProColombia [2020]. Registro como Exportador: RUT ante la DIAN. Fecha de consulta: 11 de julio 2020. Disponible en:  
<https://www.colombitrade.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/registro-como-exportador-rut-ante-la-dian>

## **GLOSARIO**

Durante la realización de esta investigación, se han detectado diversos términos que para los lectores pueden llegar a ser desconocidos, y para lograr su mayor entendimiento se ha elaborado este espacio para aclarar, y amplificar su concepto.

### **Comercio Internacional:**

Es toda aquella actividad, la cual hace referencia al intercambio de bienes y de servicios tanto nacional como internacionalmente. El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio.

El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas han ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias.

Las economías que participan en el comercio internacional, se conocen como economías abiertas.

Las economías abiertas, son aquellas regiones o naciones cuyo comercio está abierto al exterior.

Lo que quiere decir que, compran bienes y servicios del exterior (importaciones) y venden bienes y servicios fuera de sus fronteras (exportan).

### **Exportación:**

Es la operación logística que consiste en la salida de productos o servicios fuera del mercado nacional, es decir al extranjero, con un fin determinado como: su venta, exhibición, degustación, etc.

En el ámbito de la economía, exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de

disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países.

La exportación siempre se efectúa dentro de un marco legal y bajo determinadas condiciones ya estipuladas entre los países involucrados en la transacción comercial. La exportación se puede realizar bajo varios tipos de transporte, porque los bienes o servicios deben ser trasladados hacia otro país, que se encuentra a varios kilómetros de distancia, por tal motivo son trasladadas por tierra, en camiones, automóviles, entre otros, por mar o avión.

### **Ventajas de exportar:**

Algunas ventajas que se obtienen al momento de exportar son:

- Acceder a nuevos mercados
- Desarrollo y crecimiento de la empresa al momento de generar nuevos ingresos
- No se depende exclusivamente del mercado local
- Fortalecimiento de la competitividad de los productos en cuanto a la calidad y el precio
- Nueva generación de empleos y nuevas divisas para el país.

### **Cuidados que se deben tener en cuenta al momento de exportar:**

Al momento que se vaya a realizar la exportación, se debe tener cuidado en algunos aspectos, tales como:

Conocimiento del producto:

- Considerar la capacidad de producción para poder atender los volúmenes demandados
- Calcular adecuadamente los costos y precios de venta, para no perder utilidades, ni mucho menos vender debajo de sus costos
- Contratar seguros que protejan la mercancía al momento de ser trasladada
- El producto tiene que estar debidamente identificado, evidenciando cada una de sus características
- Conocer la subpartida nacional del producto, más conocida como partida arancelaria

Tanto el exportador como el importador, deben estudiar que su mercancía pasará por tres trayectos geográficos diferentes, en donde el embalaje de la mercancía debe estar muy bien preparado para resistir los tres trayectos.

Trayecto logístico:

- País de exportación, desde el local del exportador hasta el lugar de embarque (puerto o aeropuerto) o hasta la aduana de salida
- Transporte internacional o travesía (marítima, aérea, terrestre, etc.)
- País de importación, desde el lugar de llegada (puerto o aeropuerto) hasta el local del importador, o desde la frontera hasta el local del importador (vía terrestre).

### **Cabildo Indígena:**

Es una entidad pública especial, cuyos integrantes son miembros de una comunidad indígena, elegidos y reconocidos por esta, con una organización sociopolítica tradicional, cuya función es

representar legalmente a la comunidad, ejercer la autoridad y realizar las actividades que le atribuyen las leyes, sus usos, costumbres y el reglamento interno de cada comunidad.

### **Indígena**

Indígena es un término bastante amplio, ya que este abarca a todo aquello que es nativo de una población procedente de un pueblo originario de una región o un territorio, en donde su familia, su cultura son principalmente nativas de determinado lugar, en el que nacieron y su cultura ha sido transmitida por varias generaciones.

### **Bisutería**

Desde el ámbito de artesanía, se le define bisutería al arte y técnica de poder elaborar objetos o productos a mano, teniendo poca utilización de maquinaria y con métodos tradicionales. La bisutería, son un conjunto de objetos que imitan joyas, objetos que son para el adorno personal, los cuales son hechos con materiales no preciosos.

### **¿Por qué elegir mercados internacionales?**

Llevar las mercancías hacia el extranjero, es una estrategia empresarial que la mayoría de las empresas implementan, con el objetivo de buscar nuevos mercados con los cuales puedan llegar a mejorar la capacidad de ingresos.

Sin embargo, es importante elegir el mercado ideal para realizar la internacionalización, ya que todos los mercados no son los ideales para los artículos. La forma en que la empresa ingresa a los mercados internacionales necesita de diversos factores internos que se deben tener muy presentes, los cuales son como los objetivos de la empresa, la necesidad de un determinado control, las capacidades, los recursos, entre otros. Por otra parte, se deben tener en cuenta también los

factores externos, tales como el tamaño y el crecimiento del mercado, los riesgos de este, el ambiente competitivo, entre otros.

### **Arancel**

El arancel es un impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de la importación o exportación de mercancías, que se aplica en el comercio exterior para agregarle valor al precio de las mismas en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de equilibrar la producción de un país.

El arancel puede asumir múltiples formas, como puede ser Ad-Valorem, Arancel Específico, Clasificación Arancelaria y Preferencias Arancelarias.

### **Incoterms**

Provenientes de la abreviatura de términos de comercio internacional, en los cuales son una serie de conjuntos de 11 normas, siendo su primera publicación en 1936, en donde se define quién o quiénes son los responsables de cada uno de los aspectos dentro de las transacciones internacionales. Los Incoterms son conocidos y aceptados por todo el mundo, por lo tanto, son un requisito en cualquier factura comercial, por lo tanto son los que reducen drásticamente cualquier tipo de riesgo que pueda llegar a producirse.

Los Incoterms son los que especifican todas aquellas tareas, riesgos y lo más importante, los costos que están vinculados con las transacciones de mercancías, que van desde el vendedor hasta el comprador.