



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS  
PROPIOS DEL PUEBLO INDÍGENA NASA**

**TITULO: PLAN DE NEGOCIOS**

**DIANA CAROLINA YONDA TENORIO  
MARIA CAMILA TENORIO JULIAN**

**DIRECTOR**

**DIRECCIÓN NACIONAL UDCII  
UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y LA  
INNOVACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO**

**29 de octubre del 2020**



## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>3</b>
Abstract.....	4
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>ANTECEDENTES</b> .....	<b>10</b>
Formulación de la pregunta .....	14
<b>OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>14</b>
OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	14
MARCO TEORICO .....	15
ESTADO DEL ARTE .....	18
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	22
Misión .....	24
Visión .....	24
Valores.....	24
Estudio financiero.....	26
<b>ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMPETENCIA</b> .....	<b>27</b>
Análisis del macro y micro entorno.....	29
Tipos de mercado para la iniciativa de negocio .....	30
Estrategia del marketing.....	31
Marketing mix .....	33
Estudio de mercado .....	34
Criterios de segmentación aplicados para determinar el mercado potencial de la idea de negocio “Nasawesx Umna” .....	34
Determinación de nicho de mercado para “Nasawesx Umna”.....	35
<b>PLAN DE OPERACIÓN</b> .....	<b>37</b>
<b>PLAN FINANCIERO</b> .....	<b>43</b>
<b>CONCLUSIONES Y LOGROS</b> .....	<b>47</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>51</b>

## **RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA.**

Colombia cuenta con una riqueza cultural amplia, teniendo en cuenta los 106 pueblos indígenas que habitan en el territorio colombiano. Tal es el caso de la comunidad indígena NASA acentuada en el departamento del Cauca, población que posee una riqueza artística muy importante para la pervivencia de la misma. La artesanía dentro de la comunidad se establece con el propósito de no perder los usos y costumbres que se encuentran plasmadas desde siglos atrás. El conocimiento viene principalmente de las madres, las cuales se conocen como tejedoras de vida ya que son ellas quienes adquieren el saber del tejido.

Los productos se elaboran de acuerdo a la cosmovisión cultural, es decir el reflejo de la simbología, figuras representativas, y el significado. La línea de productos está basada en mochilas de diferente tamaño, ruanas, sombreros y manillas. De acuerdo a lo anterior, el producto propuesto para iniciar con el proyecto son las mochilas pues son más conocidas en el mercado nacional y extranjero.

Teniendo en cuenta los factores anteriores surge la idea de producir y comercializar artesanías indígenas elaboradas por las madres de la comunidad Nasa, del resguardo indígena de Mosoco Paéz Cauca, con el fin de promover la cultura y generar fuentes de ingresos para las madres cabeza de familia y demás personas interesadas apoyando las economías propias tradicionales, la materia prima empleada para el desarrollo de los productos será lana de oveja, además de adoptar colores naturales



derivadas de las plantas con el fin de no incluir material industrial y marcar un factor diferenciador.

Este proyecto se enfatiza sobre una línea que establece la excelente calidad en los productos a ofrecer, cabe resaltar que los productos artesanales son elaborados manualmente por las personas con experiencia en el tejido; donde su aprendizaje se ha ido perfeccionando a través del tiempo pues estas tejedoras adquieren la experiencia desde pequeñas.

**PALABRAS CLAVES:** Indígena, mujer, artesanía, tejido, plan de negocio, cultura.

## **ABSTRACT**

Colombia has a vast cultural wealth, taking into account the 106 indigenous peoples living in Colombian territory. Such is the case of the indigenous community NASA accentuated in the department of Cauca, a population that has a very important artistic wealth for the survival of the same. The craftsmanship within the community is established with the purpose of not losing the uses and customs that are embodied since centuries ago.

Knowledge comes mainly from mothers, who are known as weavers of life as they are the ones who acquire the knowledge of the fabric.

The products are elaborated according to the cultural worldview, that is the reflection of symbology, representative figures, and meaning. The product line is based on backpacks of different sizes, ruanas, hats and handles. According to the above, the product proposed to start with the project are the backpacks because they are better known in the domestic and foreign market.



Taking into account the above factors, the idea arises of producing and marketing indigenous handicrafts made by the mothers of the Nasa community, from the indigenous reservation of Mosoco Paéz Cauca, in order to promote culture and generate sources of income for mothers-heads of households and other interested persons by supporting their traditional own economies, the raw material used for the development of the products shall be sheep's wool, in addition to adopting natural plant-derived colors in order not to include industrial material and to mark a differentiating factor.

This project is emphasized on a line that establishes the excellent quality in the products to be offered, it should be noted that artisanal products are made manually by people with experience in weaving; where their learning has been perfected over time as these weavers acquire the experience from a young age.

**KEY WORDS:** indigenous, women, craft, tissue, business plan, culture



## JUSTIFICACIÓN

Los pueblos indígenas originarios, poseen una gran riqueza cultural que a un prevalece, por lo tanto, existe en la cultura un pensamiento artístico que ha venido desde tiempos milenarios. La UNESCO (2003), citado por Cadena, Diazgranados & Bernal (2007) afirman: “Si se tiene en cuenta que las artesanías son una forma tangible del patrimonio cultural inmaterial, es necesario considerar su salvaguardia” (p. 2). La artesanía y los tejidos son un pilar fundamental ya que representan la pervivencia de los pueblos indígenas a través del tiempo.

Es importante resaltar el trabajo de la comunidad, pues dentro de esta se encuentra todo el conocimiento para poner en marcha lo propuesto. Es importante la generación de empleo, pues la población indígena, especialmente la cultura indígena Nasa se presenta problemas acerca de la desigualdad social, que conllevan a los comuneros a salir de los territorios abandonando y adaptando otras prácticas culturales, dejando perder su identidad.

“Desigualdad social es un fenómeno universal, puede decirse que hay discriminación estructural en contra de una colectividad étnica, como es el caso de los pueblos indígenas”

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2001)

Como se mencionó al inicio sobre la importancia de la riqueza cultural, en primer lugar, se debe trabajar por la defensa de esos conocimientos y valores que se han inculcado en las comunidades indígenas, “Las creaciones artesanales son parte de la herencia, el patrimonio o lo transferido por los ancestros” (Maldonado & Romero, 2016, p.53). De acuerdo con los autores anteriores dichos conocimientos se plasman de generación en generación



alimentado el bagaje cultural, por tal motivo es conveniente seguir fortaleciendo y aportando a la resistencia indígena desde el lado artístico de las comunidades.

Una de las maneras para empezar a preservar y apoyar el trabajo artístico y empírico que se lleva a la práctica; es la comercialización de los productos que se elaboran en los territorios indígenas, aquellos productos que son de gran apreciación por la comunidad extranjera, tal como lo plantea Rojano, Contreras & Mendoza (2016): “El mercado de artesanías y objetos elaborados por grupos étnicos se convierte en la representación de objetos culturales apetecidos en general por los turistas que manifiestan la intención de conocer y comprender otros comportamientos sociales” (p.269). Es adecuado dar a conocer el trabajo de elaboración manual.

En la respectiva iniciática de comercialización, se opta por trabajar con materiales propios de la región; considerando el apoyo a las economías propias, es decir trabajando en conjunto con la comunidad, un trabajo colectivo donde todos los participantes se estarían beneficiando.

Se emplearían recursos que se encuentren disponibles en la región, la materia prima para la elaboración de las artesanías estará a la disposición de la comunidad, generando un buen manejo del componente principal desde el inicio hasta el proceso productivo final lo cual es de gran ayuda pues los conocimientos que poseen las personas de la comunidad permiten ofrecer un material elaborado con excelente calidad.

Debido a las desigualdades sociales que se presentan en las minorías étnicas, es decir alrededor de los pueblos indígenas, surgen iniciativas comunitarias que conllevan a la participación de la comunidad; en este orden de ideas se ven reflejados los



emprendimientos de las diferentes etnias indígenas del país. González (2008) menciona que:

El emprendimiento en América ha crecido hasta convertirse en una infraestructura de enorme tamaño, alcance y riqueza. Cada vez que se refleja una mayor aceptación del emprendimiento como un valor de la disciplina en el mundo académico, gran éxito para un campo que hace 20 años era incierto. (p.173)

Teniendo en cuenta que algunos emprendimientos indígenas se encuentran mejor posicionadas en el mercado debido a las diferentes iniciativas y el tiempo que las han llevado a cabo, así mismo los diferentes productos que ofrecen, con su respectiva cosmovisión de acuerdo a los usos y costumbres de cada uno de ellos.

De acuerdo con lo anterior, se presenta la necesidad de fomentar las economías propias basadas en las artesanías de tejidos propios haciendo énfasis en la producción y comercialización de los mismos con el fin de contribuir a la calidad de vida y la identidad cultural del resguardo indígena. Permitiendo la elaboración de nuestros tejidos con las diferentes técnicas y costumbres que en tiempos milenarios se daba en el pueblo indígena Nasa.

La iniciativa se da partir de las diferentes dificultades que se presentan dentro del territorio respecto al desconocimiento de los productos; también es de gran dificultad la comercialización de las artesanías, pues el proceso de producción es adecuado sin embargo muchas veces las artesanías no se logran vender lo cual genera una pérdida para las personas que realizaron la actividad artística. Tal como lo considera Laveriano (2010):





Cuando el empresario tiene altos niveles de inventario para asegurar las ventas, incurre en excesos de materiales para la venta y como consecuencias de esto se producen altos costos de almacenamiento, aumento de la merma y la disminución de la calidad en perecederos, lo que lleva a una menor calidad de los productos que se ofrecen. (p.11)

como estudiantes se tiene la finalidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de las diferentes carreras, logrando con este proyecto ayudar a la comunidad, visibilizando la riqueza cultural que tenemos entre ellas el tejido propio, mostrando al mundo nuestra cultura y lo importante que es la preservación de esta.

Por lo tanto, se realiza este modelo de negocios teniendo en cuenta como pilar fundamental la calidad de las artesanías, la calidad de vida y la preservación de la identidad cultural, todo esto asociado a la dificultad que tiene las artesanas de dar a conocer el material producido.

mediante el desarrollo de este plan de negocios lo que se quiere lograr es que los jóvenes y niños puedan contribuir al crecimiento económico de nuestro resguardo indígena y así mismo darles más valor a nuestras artesanías a nivel nacional. El plan de negocios: “sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento



es combinar la forma y el contenido” (villarán, 2009, p.33) ya que se conoce que de muchas culturas se aprovechan y vulneran sus derechos, pues queremos que Sean respetados y se les pague un valor justo por sus artesanías y abrir un mercado que actualmente es muy pequeño y desigual.

### **3. ANTECEDENTES.**

Los pueblos indígenas representan la riqueza cultural que se adquiere en los diferentes lugares del mundo.” Los pueblos indígenas viven en todas las regiones del mundo y poseen, ocupan o utilizan aproximadamente el 22 % del territorio planetario.” (UNESCO, 2017).

De acuerdo con los datos recopilados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (2017) afirma: “entre 370 y 500 millones de personas representan la mayor parte de la diversidad cultural del mundo, ya que han creado y hablan la mayoría de las casi 7.000 lenguas del mundo”.

En tal sentido es significativo relacionar los cocimientos locales e indígenas. “Este conocimiento forma parte integral de un sistema cultural que combina la lengua, los sistemas de clasificación, las prácticas de utilización de recursos, las interacciones sociales, los rituales y la espiritualidad” (UNESCO, 2017). A partir de los conocimientos se mantiene la diversidad cultural de los pueblos.

A la llegada de los españoles los indígenas nasa viven dispersos en lo que hoy se conoce como Tierra dentro en el Departamento del Cauca. Pese a su fuerte resistencia a la colonización española, a mediados del siglo XVI se establecieron encomiendas y misiones



en estos territorios. “Desde entonces la nasa han emprendido múltiples luchas por su territorio, competido con los pijaos, gambiano y guanaca. Como respuesta a la colonización, a comienzos del siglo XX, organizaron un movimiento de insurgencia al mando del indígena Manuel Quintín Lame, quien, en compañía de José Gonzalo Sánchez, nativo del municipio de Totoró, lucharon por la recuperación de territorios perdidos y por su reconocimiento a los indígenas colombianos” (Arango & Sánchez, 2004 p.370).

La historia de los Nasas como pueblo, se encuentra travesada por una serie de luchas históricas para la pervivencia del pueblo mismo. El ser sobrevivientes y haber sido uno de los pueblos más aguerridos y que más se opusieron a la colonia, no es un evento fortuito (Artesanías de Colombia, 2018, p. 3).

Los Nasa “Páez” son un pueblo agrícola y su economía es básicamente de autoconsumo y se caracteriza por el policultivo en pequeña escala. Los ciclos vitales y las actividades cotidianas se encuentran determinadas por el trabajo de la tierra y por las fases agrícolas. Dentro de la mentalidad indígena, el ser Páez implica ser un buen trabajador de la tierra. El maíz se ha constituido en el eje central alrededor del cual se organiza la economía agrícola, de los Nasa. Su gran importancia dentro de la vida económica y social, permite hablar de una verdadera “cultura del maíz”. La forma de trabajo de los Nasa ha sido históricamente a través del trabajo colectivo o “minga” “y el tejido”. (observatorio del programa presidencial de derechos humanos y D.I.H, 2010, como se citó en Organización Indígena de Colombia, 2020). A Estas formas de economías propia se ha sumado la artesanía propia del pueblo indígena Nasa



Artesanía Nasa.

La mujer Nasa trasmite vida a través del tejido para empezar a forjar el camino que se debe seguir. “El indígena Nasa considera a la mujer como tejedora de los símbolos de la vida y el pensamiento, y tiene íntima relación con la madre naturaleza” (Quigunas, 2011, p. 4).

Existe en la comunidad Nasa un importante valor significativo como lo es la tulpa, la cual representa la unión y el conocimiento alrededor del fuego, donde se expresa y se difunde un círculo de palabra para seguir fortaleciendo la cosmovisión como pueblo Nasa. “El oficio artesanal, es adquirido en la Tulpa, espacio alrededor del cual se cocinan los alimentos, y se hace la transmisión de saberes, entre ellos el tejido” Cárdenas, Mopán & Pucha, (2017).

El arte del tejido representa la cosmovisión de la comunidad indígena, representando los saberes donde plasma aquella simbología que cuentan una historia la cual permite tener una claridad sobre la identidad cultural, Cerón & Bedoya (2013) afirman: “Tejer es una comunicación con los otros y consigo mismas que se traduce en la representación de un pensamiento y en una forma de estar en la vida. Desde siempre las mujeres han tejido no sólo la lana, han tejido la vida; cuando se está tejiendo se está recreando la vida”<sup>2</sup> (p. 20).

En las comunidades indígenas, especialmente la cultura indígena Nasa se presenta problemas acerca de la desigualdad social, que conllevan a los comuneros a salir de los territorios abandonando y adaptando otras prácticas culturales, dejando perder su identidad. “Desigualdad social es un fenómeno universal, puede decirse que hay discriminación



estructural en contra de una colectividad étnica, como es el caso de los pueblos indígenas (CEPAL, 2001, P. 6). En este sentido se desea apoyar el desarrollo de la producción de tejidos propios de la región, contando con personas que tiene conocimiento en este proceso tradicional la idea es comercializar estos productos.

Varios de los cambios que se presentan en nuestra sociedad han afectado en gran mayoría el pensamiento de las comunidades indígenas y no es la excepción para la Cultura Nasa, teniendo en cuenta las costumbres occidentales que no son propias y conllevan a perder las prácticas culturales, como lo es el caso de la Tulpa (Fogón).

Para muchos mayores la eliminación del fogón representa un atentado contra los valores y las creencias de la colectividad, con lo cual se pone en riesgo cada vez más la identidad Nasa, pues los jóvenes no reconocen las figuras y los mitos que han acompañado desde siempre su desenvolvimiento como pueblo originario.

(Cerón & Bedoya, 2013, p.23)

Para la cultura indígena, es importante que no se desvanezca la esencia de las costumbres, ya que hoy en día se ha ido perdiendo poco a poco. “la incorporación de las comunidades indígenas a las redes comunicativas, a la economía de mercado y por ende a la globalización, produce creciente desintegración y pauperización de los pueblos” (CEPAL, 2001 p. 22). Como es evidente, los cambios tecnológicos han traído desarrollo para la sociedad, sin embargo no se ha realizado un buen uso de esta herramienta, logrando así un punto de quiebre en gran parte de la sociedad, respectivamente los pueblos indígenas poco a poco se han ido adaptando a estos cambios tecnológicos, sin embargo, ha traído consecuencias muy notorias en la pérdida de identidad.



#### FORMULACION PREGUNTA.

¿cómo llevar un plan de negocios para la producción y comercialización tejidos propios en el resguardo indígena de Mosoco Páez cauca?

#### 4. OBJETIVO GENERAL

Resaltar el trabajo de las madres indígenas cabeza de hogar, permitiendo generar un ingreso económico, de igual manera resaltar la identidad cultural del pueblo indígena Nasa.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar y conocer la viabilidad de los tejidos que serán ofrecidos en el mercado local y nacional.
- Identificar los recursos económicos que permitirán establecer la actividad económica que se quiere llevar a cabo.
- Formulas estrategias de mercadeo que permitan la comercialización de los productos.



## MARCO TEORICO

### Cultura.

Se puede entender como un pensamiento artístico que abarca las diferentes costumbres que se enmarcan desde las raíces; aquellas que se han venido conservando a través del tiempo y son de suma importancia no perderlas. “La cultura se entiende mejor como la totalidad de los patrones de comportamiento, artes, creencias, instituciones y todos los demás productos de trabajo y pensamiento humano” (Odora, 2005, p.1).

Las tradiciones y creencias vienen desde tiempos anteriores se determinan como características y elementos fundamentales de una determinada comunidad, respecto a las tradiciones y creencias Terry (2011) expresa:

Son el conjunto de creaciones individuales y colectivas que realizan los miembros de una comunidad fundada en la tradición. Sus formas comprenden la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura, entre otras manifestaciones artísticas. (p.12)

### Economía propia

Hablar sobre economías propias es abarcar aquellos productos realizados dentro de la comunidad para contribuir con el bienestar de los habitantes; las formas de producir de manera ancestral, ya sea con productos agrícolas o en relación con las diferentes artesanías en el caso de los pueblos indígenas. A partir de esto surge un concepto dentro de las comunidades indígenas llamado intercambio o el trueque “De acuerdo con economistas clásicos y neoclásicos el trueque corresponde a una forma de intercambio antiguo basado



en la división elemental del trabajo y caracterizado por el no uso del dinero” (Falla, 2008, p.151). De acuerdo con el autor anterior estas economías forman parte de una identidad cultural que en años anteriores conservaban los pueblos indígenas.

#### Artesanía indígena

“las artesanías se han reproducido transformándose en gran parte por el interés de los artesanos en mantener su herencia y renovarla al tiempo que obtienen ingresos, establecen relaciones externas y ganan prestigio” (Ramos, 2004, p.51). Es preciso afirmar que los artesanos desarrollan sus productos con el propósito de generar ingresos, tal como se expresaba inicialmente, con los recursos generados de la actividad económica pueden mejorar su calidad de vida y dar a conocer los productos.

#### Plan de negocios.

¿El plan de negocios puede ser usado como una herramienta de planificación para describir sus operaciones de negocios este responde las siguientes preguntas ¿dónde estamos ahora? ¿Hacia dónde vamos? ¿Cómo lo alcanzaremos? ( Marstio, 1999, p.5).





Calidad.

Un elemento fundamental para la comercialización de los productos hace énfasis en la calidad, se debe realizar un proceso impecable en la producción inicial hasta la producción final. Nebrera (2002) plantea que:

En la actualidad, los clientes demandan productos de calidad, y dado que existe una gran oferta, podrán elegir aquellos productos que más les satisfagan. Los fabricantes, ante la escasez de su demanda particular, buscan diferenciar sus productos de los de la competencia. (p.6)



## ESTADO DEL ARTE

### Investigación Latinoamérica

En el mundo existen diferentes comunidades indígenas, donde cada una de ellas cuenta con diferentes legados, “La artesanía es en definitiva el legado cultural de un pueblo, de una tradición y de la cultura, además de ser el diferenciador explícito de la diversidad cultural de las etnias y por supuesto el factor de identidad nacional de muchos otros países” (Bernal, 2011, P.7). De la misma forma se puede establecer que la artesanía indígena es aquella transmisión de saberes ancestrales, “se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación” (CNCA, 2008).

Descripción del trabajo: De acuerdo a lo anterior, se han implementado distintos emprendimientos basados en la artesanía indígena, uno de ellos hace referencia al estudio realizado por Ángel Romero, donde hace énfasis en “Estudio del sector artesanal de figuras de mazapán en la parroquia rural de Calderón, ubicada al norte del cantón Quito” (Romero, 2018, p.1). Esta investigación abarca “estudio pormenorizado de uno de los sectores artesanales más antiguos, representativos, emblemáticos y reconocidos en la ciudad de Quito” (Romero, 2018, p.3). La parroquia rural de Calderón es un poblado ubicado en Quito Ecuador. Romero (2018) afirma: “la parroquia de San José de Calderón cuenta en sus entrañas con un amplio bagaje cultural indígena y mestizo, el cual ha prevalecido hasta la actualidad como un emblema y muestra del patrimonio cultural invaluable” (p.18). Se establece que las figuras son elaboradas con mazapán, “Es un trabajo expresado en el mazapán, adoptando figuras relacionadas a las culturas precolombinas incaicas de la edad



contemporánea” (Romero, 2018, p.44), se plasma la cultura de la región de San José de Calderón.

Investigaciones nacionales

Título: artesanías de Colombia

LECHTER, A. V. (2015). Artesanas De Colombia. Fundación cultura del putumayo, 16.

Este trabajo se dio en el marco del desarrollo del proyecto denominado “fortalecimiento de la actividad artesanal en el departamento del Putumayo” a nivel departamental, se observa la dificultad referente a la generación de información cualitativa y cuantitativa sobre el sector artesanal pues muchos en los proyectos tienen un enfoque de universalidad más que de focalización, al menos en lo que al sector artesanal se refiere

Objetivo: uno de los objetivos propuestos para el desarrollo de este proyecto, radica en la identificación de instituciones que disponen de información sobre el sector artesanal, a fin de valorar posibles sinergias en el manejo de la misma así como el reconocimiento

De las necesidades para lograr las articulaciones

Muestra: al respecto la investigación se lleva a cabo con 5 entidades que trabajan con el mismo proceso de la artesanía como: cámara de comercio, corpoamazonia, servicio nacional de aprendizaje (SENA) secretaria departamental de productividad y competitividad, secretaria agropecuaria de turismo y competitividad dl municipio de Sibundoy.

Descripción del trabajo: se realiza la vista del funcionario encargado y se pregunta sobre la existencia de información sobre el sector artesanal, en caso de que no disponga de



información se le solicite brinde el recibido del oficio y termina con el procedimiento; en caso contrario, se procede al diligenciamiento de la ficha

Resultados: las diferentes entidades prestan servicios tanto a los artesanos independientes como aquellos que están organizados mediante la ejecución de proyectos o bien, mediante la confinación como es el caso de las secretarías de competitividad, además de esto las demás corporaciones brindan apoyo de acuerdo de la asignación presupuestal otorgada a la dependencia, siendo por tal razón intermitente su apoyo al sector artesanal

Conclusiones: son pocas las instituciones que tienen bases de datos sobre el sector artesanal hoy en día, y más en el departamento del Putumayo, la mayoría de los que trabajan en los sectores públicos como funcionarios muchas veces dicen desconocer sobre las existencias de estas bases de datos. Sin embargo, hasta el momento a excepción de Corpoamazonia y de más entidades mencionadas anteriormente no registran variables de pertenencia en el sector artesanal.

Investigaciones locales

Título: fortalecimiento del diseño y la producción de la artesanía del departamento del Cauca

Se priorizaron los municipios de Popayán, Piendamó, Silvia, Jambaló y Timbío, pero además se prestó asistencia técnica a Miranda, Santander de Quilichao, Caloto, y Polindara-Totoró. Estaba previsto atender 120 artesanos, sin embargo, el número total de beneficiarios fue de 263

Palabras clave: PIENDAMÓ, SILVIA, JAMBALÓ, TIMBÍO, CODISEÑO



Objetivo: fue mejorar el diseño, propiciar la innovación y aumentar la productividad y competitividad de la actividad artesanal en los municipios de Popayán, Timbío, Piendamó, Silvia y Jámalo del Departamento del Cauca. Esto con el fin de hacer visible el potencial artesanal del departamento, a través del rescate de técnicas y oficios, del co-diseño y la innovación de productos, y el mejoramiento en la eficiencia de la producción, mediante la aplicación de los siguientes componentes

Metodología: fue la del co-diseño, y resultó eficiente, pues permitió que el artesano participe activamente en la conceptualización y concepción de los productos que él elaboró. El co-diseño evita que la relación entre el diseñador y el artesano se convierte en un encargo de producción y se transforme en un trabajo en común, donde los dos aprenden y transfieren conocimiento, a la vez que el artesano se apropia positivamente de los productos resultantes del proceso

Resultado: Como resultado de la intervención de obtuvieron 20 líneas de producto y 87 unidades elaboradas. Fueron vincularon nuevos artesanos a la producción destinada a Expo artesanías y se llevaron a esta feria 12 artesanas, en calidad de asistentes en formación, que se distinguieron por su puntualidad y compromiso durante el proceso.

Conclusiones:

1) Si bien existen en el Cauca un gran número de artesanos, se detecta una gran deficiencia en la técnica de los oficios y carencias en el diseño y la producción



2) Se han logrado alianzas espontaneas con entidades locales, que deben ser fortalecidas en el futuro y que pueden actuar con sus contrapartidas

2) Los futuros proyectos deben incluir en sus objetivos los propósitos que buscan las entidades locales

#### **4. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

El emprendimiento Nasawesx Umna es una iniciativa comunitaria ubicado en el sector artesanal que busca la producción y comercialización de artesanías indígenas del pueblo Nasa promoviendo las economías propias, rescatando los saberes ancestrales de las personas que poseen este conocimiento, buscando transmitir dichos saberes en el fortalecimiento la identidad cultura, de acuerdo a este factor, los productos serán elaborados por madres cabeza de hogar las cuales se les permitirá obtener un ingreso, para mejorar su calidad de vida.

Como empresa, que se dedica a la producción de tejidos propios del pueblo Nasa, su principal innovación será diseñar los productos con las diferentes plantas que finalmente permitirán obtener un color y que de esta manera ira representada en los diferentes tejidos. Rescatar Los diferentes colores y diseños que vendrán representados en los tejidos, teniendo en cuenta el valor importante del trabajo comunitario.

Generar fuentes de empleo que permitan a nuestros niños y jóvenes aprender y de esta manera tener más concomimiento a cerca de lo que hemos construido a lo largo de nuestro vivir propio.



La materia prima para la elaboración de estas artesanías será derivada de la lana de oveja (ovino) quien además de producir lana, nos permitirá obtener un abono orgánico que será utilizado en las pequeñas siembras, mejorando así la calidad del suelo y contribuyendo al medio ambiente.

#### PRODUCTOS A OFRECER.

Producto	Descripción
Mochilas de diferentes tamaños	Elaboradas con diferentes diseños de acuerdo a las figuras representativas.
Llaveros	diseños llamativos que refleja un gran legado cultural
Chumbes	Decoración para el hogar
Manillas	Complemento decorativo tradicional

*cuadro 1.* Productos elaboración propia



## MISIÓN

NASAWESX U'MNA una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de tejidos propios del pueblo indígena Nasa, además de buscar un desarrollo e innovación en la variedad de productos que ofrece en el mercado local. Así mismo ser una empresa que fomente la identidad propia en los niños jóvenes y adultos.

## VISIÓN

En un aproximado de 5 años NASAWESX U'MNA será una microempresa productora de tejidos propios con excelente calidad, líder en la producción y comercialización de tejidos, buscando satisfacer la necesidad de los clientes, garantizando una economía propia para el resguardo indígena de Mosoco, vereda Escalereta.

## VALORES

**Transparencia:** Realizamos nuestra gestión de forma objetiva, clara y verificable, teniendo en cuenta a cada miembro de la empresa conociendo sus motivaciones.

**Respeto:** Interactuamos reconociendo los intereses colectivos, la diversidad cultural, la sostenibilidad de las economías propias. Fomentando la tolerancia cuando se presenten situaciones que afecten a los miembros de la empresa.

**Equidad:** Procedemos con justicia, igualdad, buscando un impacto social positivo, en la que nos permita trabajar, y así mismo permitir que los miembros de la empresa, sientan más seguridad.





**Integridad:** Actuamos con firmeza, rectitud, honestidad, coherencia y sinceridad.

El punto de venta estará ubicado en el departamento del Cauca, resguardo indígena de Mosoco, se contará con un centro de acopio que funcionara como infraestructura para las capacitaciones que se ofrecerán a las personas que deseen aprender de este proceso artesanal, además de funcionar como un espacio que permita el trabajo comunitario diseñando y produciendo los diferentes productos que se darán a conocer en el mercado.

Para el equipo administrativo, se quiere tener aliados que tengan conocimiento del proceso administrativo, de igual manera nosotras con nuestros niveles educativos poder dirigir este emprendimiento que para futuro beneficie a la comunidad.

El ingreso principal que se obtendrá después de realizar la actividad artesanal será la venta de las mochilas, llaveros, chumbes y manillas con diferentes tamaños y con diferentes figuras representativas. El abono orgánico que se obtendrá de nuestros Ovinos generará otro ingreso para seguir fortaleciendo el emprendimiento.



## ESTUDIO FINANCIERO

### Inversión Requerida

Se precisa que la idea de negocio Nasawesx Umna, requiere de una inversión que nos permita tener una actividad económica segura principalmente para la compra y renovación de la infraestructura a largo plazo además de esto poder mantener y conservar la capacidad de la producción de nuestros productos, de igual manera mejorar el rendimiento de nuestros activos y así poder expandir la idea de negocio en el mercado local.

### Capital de trabajo

Nasawesx Umna iniciara con una inversión de \$ 5.000.000 para los primeros meses de producción y actividad artesanal, teniendo en cuenta que las madres cabeza de familia dan un aporte propio con la materia prima (ovino) así mismo nos permite garantizar la disponibilidad de materia prima para cubrir los costos del tiempo que se requiere para recuperar el efectivo que se invirtió, para finalmente tener un trabajo comunitario eficaz.

### Activos fijos

Nasawesx Umna, principalmente cuenta con un centro de acopio donde se presentarán los productos que ya se encuentran en su etapa final, también cuenta con los animalitos que en este caso son (ovinos) quienes nos permitirán obtener la materia prima y desde ahí se da el comienzo de la producción de los mejores tejidos del pueblo indígena Nasa.



## ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA.

Abarcando un contexto nacional, en Colombia existen diferentes comunidades indígenas, como lo estipula la organización indígena de Colombia. ONIC (sf) afirma:

Para el efecto llegamos a la conclusión debidamente soportada que en el territorio nacional habitan 102 pueblos indígenas, ver listado siguiente, algunos de ellos reconocidos por el Estado colombiano a través de instituciones como la Dirección de Etnias del Ministerio del Interior y de Justicia, el Departamento Nacional de Planeación, el Ministerio de Defensa y el Departamento Nacional de Estadísticas, entre otras, pero no por todas ellas. En esta situación se encuentran 87 pueblos. Así mismo encontramos doce que son reconocidos por las organizaciones indígenas y finalmente tres que se auto reconocen desde su condición étnica y cultural.

Teniendo en cuenta la anterior información es importante destacar la diversidad cultural que existe en Colombia, los diferentes pueblos mencionados poseen un valor artesanal propio de acuerdo a sus usos y costumbres, sin embargo, existen dos comunidades que reflejan un posicionamiento en el mercado de las mochilas, llaveros y sombreros; la wayuu y la arahuaca comunidades ubicadas en la costa caribe, norte del país.

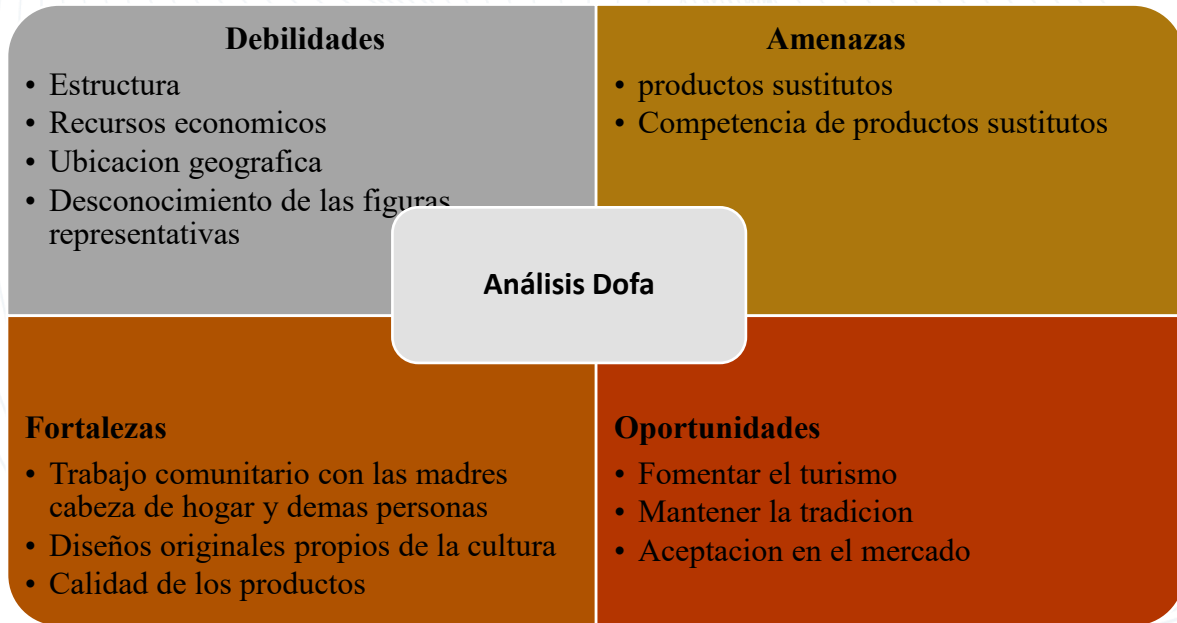
**Ūm yat – artesanías:** es una iniciativa comunitaria que busca fortalecer la identidad propia del pueblo indígena Nasa, comercializando productos de nuestra comunidad, ubicada en la ciudad de Popayán capital del departamento del cauca, se puede tener en cuenta que es una buena plaza para ofrecer estos productos debido a los visitantes nacionales y extranjeros. Además de contar con una amplia historia.



**Pueblo wayuu** esta comunidad indígena tiene alto impacto en el mercado de las artesanías especialmente las mochilas, para ellos las mochilas se clasifican de acuerdo a los diferentes usos. una de ellas Sucucho, que lleva el nombre colgado; Susu, la mochila de diario, de tamaño mediano, que el wayuu lleva a todos lados; Ainacajatu, una mochila grande donde la mujer lleva el chinchorro, ropa y lo necesario para los viajes; Kaptera, la mochila grande del hombre, una especie de tubo cilíndrico, con dos bocas y cordones de cierre que se utilizan también de colgaderas. (Artesanías de Colombia, 2020).

**Pueblo arahuaco** Mediante el tejido, las mujeres expresan su cosmovisión y filosofía de la naturaleza. La mochila, más que un objeto, representa una extensión del útero de cada mujer y de la madre tierra universal. Cuando un arahuaco cuelga su mochila sobre los hombros, también sostiene a toda su comunidad, como símbolo de identidad cultural. Su actividad y producción artesanal. como lo establece Artesanías de Colombia (2020): Se basa el tejido en telar, la cestería y la elaboración de sombreros son trabajos masculinos; mientras que la elaboración de mochilas es un oficio femenino.

## Análisis del micro y macro entorno



*imagen 1: elaboración propia*



## TIPOS DE MERCADO PARA SU INICIATIVA DE NEGOCIO

**Mercado Total:** Para nuestra iniciativa de negocio el mercado total son todas aquellas personas que deseen adquirir nuestros productos ya sean turistas o todos aquellos que simplemente desean conocer un poco de la cultura adquiriéndolo por la página web.

**Mercado Potencial:** Para nuestra iniciativa, este tipo de mercado está conformado por los turistas con ingresos económicos altos e igualmente con todos aquellos que deseen adquirirlas, ya que por defecto el precio de estos; son un poco elevados por el material y tiempo usado.

**Mercado Meta:** En nuestro mercado potencial mencionábamos a los turistas, es así que nuestro mercado meta son todos aquellos turistas con una gran adquisición económica de 18 años en adelante, donde les podamos ofrecer gran variedad de productos y además en donde otro de nuestro objetivo es que conozcan realmente la cultura y todo lo que está conforma, y así mismo ellos puedan atraer más clientes, gracias al buen servicio e información relevante de su interés.

**Mercado Real:** actualmente NO tenemos un mercado real ya que aún estamos en proceso de realización, pero suponiendo que ya estuviéramos en campo para ejecutar el proyecto, pensaríamos que nuestro mercado real sería todos aquellos clientes principiantes que deseen adquirir nuestros productos, principalmente aquellos turistas que se encontrasen en la región donde los vamos a ofrecer (Resguardo indígena de Mosoco Pérez, Cauca).



## **Estrategias del marketing.**

El marketing significa gestionar los mercados para producir relaciones rentables con los clientes; sin embargo, crear estas relaciones requiere trabajo. Los vendedores deben buscar compradores, identificar sus necesidades, diseñar ofertas de mercados, fijarles precio, promoverlas, almacenarlas y entregarlas. Actividades tales como la investigación del consumidor, el desarrollo de productos, la comunicación, la distribución, la fijación de precio y el servicio, son algunas actividades centrales de marketing. (Kotler & Armstrong, 2013, p.8)

De acuerdo con los autores mencionados el marketing es un elemento fundamental para crear y desarrollar estrategias que permitan el reconocimiento en el mercado; de esta manera se formulan diferentes estrategias para implementarlas en la producción y comercialización de tejidos propios del pueblo indígena Nasa.

Una de las estrategias que se toma en cuenta son las diferentes plataformas digitales que permiten llegar a los clientes más alejados con la nueva era tecnológica que se presenta actualmente; se desarrollara una página web que mostrara los diferentes productos de manera detallada, de igual manera las diferentes redes sociales que están en constante interacción con los usuarios que les puede interesar los tejidos ofrecidos.



De igual manera se participará en las convocatorias que fomenten la diversidad cultural de los pueblos indígenas, dichas convocatorias apoyan el trabajo artesanal brindando oportunidades de reconocimiento en el mercado, algunas instituciones como el Ministerio de cultura y Artesanías de Colombia promueven actividades para el desarrollo de los emprendimientos indígenas.

Implementación y adecuación de un espacio físico para la exhibición de los tejidos, generando el interés de las personas que visiten el espacio, el personal de la empresa, será principalmente indígena, ya que se tendrá conocimientos de la historia y de igual manera lo podrá transmitir a las personas que desean adquirir los productos.



## MARKETING MIX



Imagen 2. elaboración propia



## ESTUDIO DE MERCADO.

Son pocos los lugares donde se pueden encontrar artesanías de los diferentes pueblos indígenas, se desconoce el significado de las diferentes artesanías. En muchas ocasiones la gente no está dispuesta a pagar por el producto el valor que les piden debido a la desinformación que existe en cuanto a nuestra cultura y las diferentes culturas de nuestro país, por esto es importante enseñar sobre el valor cultural.

Criterios de segmentación aplicados para determinar el mercado potencial de la idea de negocio “Nasawesx Umna”

### **Variables geográficas:**

Teniendo en cuenta que son productos artesanales, elaborados por manos indígenas se establece los siguientes criterios de segmentación geográfica:

**Ciudad:** De acuerdo a las oportunidades que ofrece las grandes ciudades se optó por enfocarse en la ciudad de Bogotá ya que es una ciudad que recibe visitantes de diferentes partes del país, así como otros países es una buena plaza para empezar con la idea de negocio. Se presentan diferentes ferias artesanales, son oportunidades que se pueden aprovechar para empezar a participar en estos espacios.

### **Variables demográficas:**

**Edad:** Se establece un rango de edad entre 16 a 50 años, claramente se entiende que la mayoría de estas personas les interesa este tipo de productos artesanales, pues están viajando constantemente, existen universitarios, personas que vienen a realizar negocios o simplemente valoran el trabajo elaborado por manos indígenas.



**Género:** Hombres y mujeres que quieran adquirir el producto.

**Nivel adquisitivo:** Es importante resaltar el trabajo que se realiza, son productos de buena calidad con un valor cultural muy significativo, todo esto se verá reflejado en el precio, los productos estarán dirigidos a personas de estrato 3, 4 y 5.

**Variables psicográficas:**

**Gustos:** Las personas interesadas en optar productos realizados por materiales naturales, totalmente tradicionales.

**Estilo de vida:** personas que utilicen estos productos en su vida cotidiana.

**Variables de comportamiento o conductuales:**

**Beneficios buscados:** productos con excelente calidad, a pesar de no contar con máquinas para la producción, se realiza un trabajo elaborado a mano contando con la experiencia de las artesanas.

**Determinación del nicho de mercado para “Nasawesx Umna”**

Nuestro nicho de mercado se enfoca en extranjeros, ya en el área (Resguardo indígena de Mosoco Páez, Cauca) y sus alrededores se cuentan con muchos destinos turísticos, estos son muy visitados por extranjeros y locales pero principalmente por los primeros, quienes también se ven muy interesados por la cultura y quieren llevarse un recuerdo de los lugares que visitaron, son pocos los artesanos que hay en este sector ya que muchos se dedican a cultivar productos de la canasta familiar y no se ven artesanías de nuestro pueblo, por esto se decidió que esta iniciativa se va enfocar en este sector especialmente.

**Se establece un muestreo por conglomerados**

Tomando los productos que se desean dar a conocer, el primer conglomerado será para personas que gusten de Mochilas, el segundo hará énfasis en las ruanas y llaveros.

Se toma una muestra al azar de los dos conglomerados para saber si las personas estarías dispuestas a adquirir y utilizar estos productos apoyando la artesanía indígena colombiana.

Se toma una muestra de 200 personas.

Se determina un nivel de confianza del 100%, con una probabilidad a favor del 80% y la probabilidad en contra del 50% teniendo en cuenta un margen de error del 5%.

Se aplica la respectiva formula de población de la siguiente manera:


$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$		
$n$ es el tamaño de la muestra;	200	
$Z$ es el nivel de confianza;	100%	3,61
$p$ es la variabilidad positiva; o Probabilidad a favor	80%	0,85
$q$ es la variabilidad negativa; o probabilidad en contra	50%	0,6
$N$ es el tamaño de la población;	100	100
$E$ es la precisión o el error.	5%	0,08
		<b>91</b>

Podemos afirmar que se realizará la encuesta a las 91 familias a nivel local, además se tendrá una seguridad del 100 % realizando un muestreo por conglomerados, tomando una población finita. Que nos permita conocer la viabilidad de la idea de negocio Nasawesx Umna


## PLAN DE OPERACIÓN

Al hacer referencia al plan de operación, se establece los procesos que se llevan a cabo en la fabricación de las artesanías que se van a realizar, teniendo en cuenta las diferentes fases que se verán comprometidas.


### 7.1 Ficha Técnica.

Nombre del producto	Mochilas Nasas
Descripción del producto	Producto que se compone principalmente de lana de oveja, se establecen diferentes colores por medio de plantas tradicionales del pueblo nasa
Lugar de elaboración	El producto es elaborado en el resguardo indígena de Mosoco Páez Cauca, vereda Escalereta
Composición	Materia prima, lana de oveja
Tiempo de duración	El tiempo de elaboración del producto es aproximadamente de dos semanas, trabajo realizado manualmente.
Producto final terminado	

Cuadro 2: elaboración propia

Nombre del producto	Ruana Nasa
Descripción del producto	Producto elaborado por lana de oveja, producto que sirve para el abrigo del frío
Lugar de elaboración	El producto es elaborado en el resguardo indígena de Mosoco Páez Cauca, vereda Escalereta
Composición	Materia prima, lana de oveja
Tiempo de duración	El tiempo de elaboración del producto es aproximadamente entre 1 mes, trabajo realizado manualmente por mayores tejedoras con gran experiencia.
Producto final terminado	

Cuadro 3: elaboración propia

Nombre del producto	Llaveros Nasas
Descripción del producto	Producto elaborado por lana de oveja, ideal para la decoración.
Lugar de elaboración	El producto es elaborado en el resguardo indígena de Mosoco Páez Cauca, vereda Escalereta
Composición	Materia prima, lana de oveja
Tiempo de duración	El tiempo de elaboración del producto es aproximadamente entre 1 y 2 días, trabajo realizado manualmente
Producto terminado	

Cuadro 4: elaboración propia

7.2 flujograma proceso de producción.

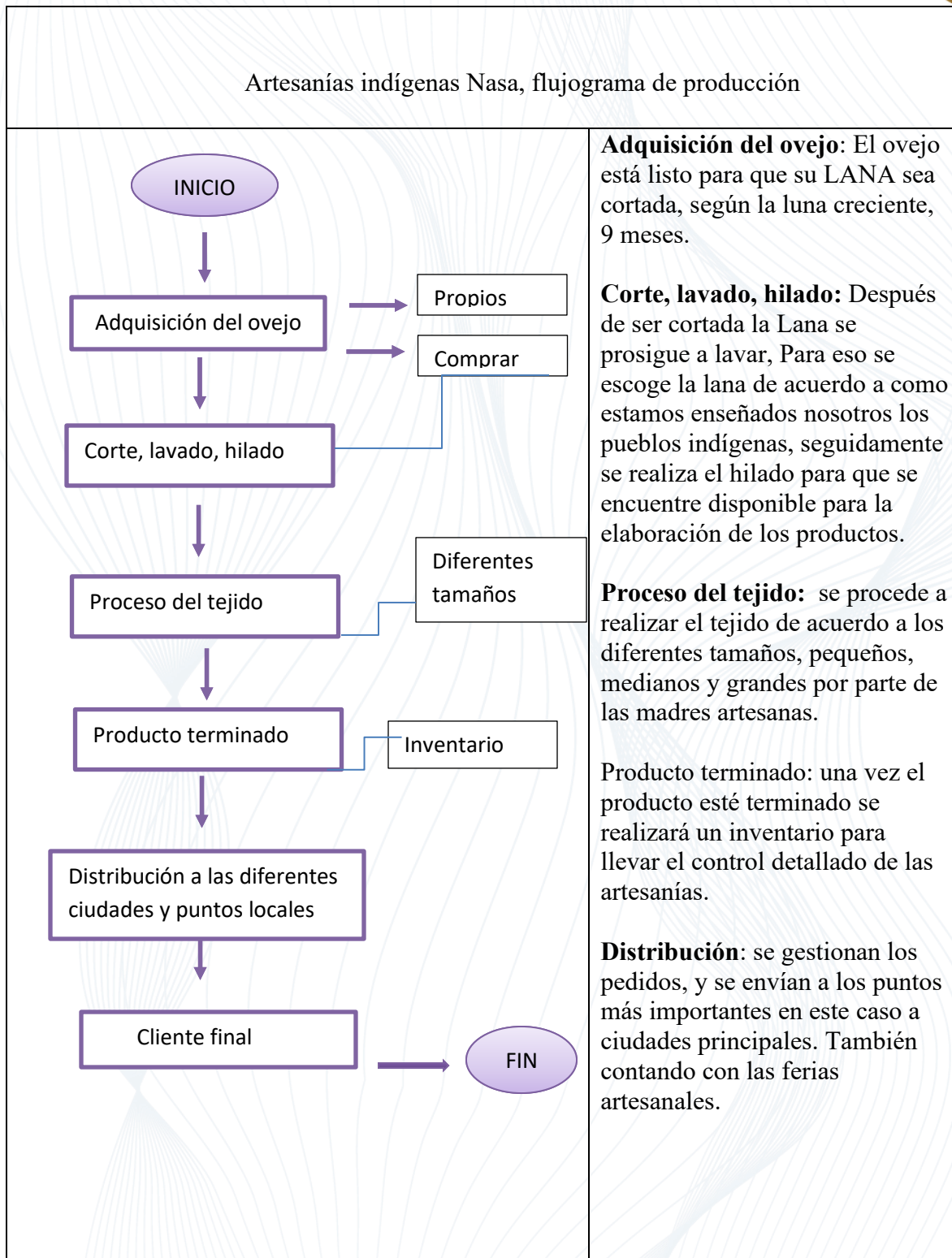


Figura 1: elaboración propia

### 7.3 Materia prima

<b>MADRES TRABAJADORAS</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>LUGAR DE COMPRA</b>	<b>MATERIA PRIMA ECOLÓGICA (estiércol del ovino)</b>	<b>FRECUENCIA DE OBTENCIÓN DE PRODUCTOS</b>
Madre cabeza de familia (Florinda vivas)	Hace aporte del trabajo comunitario con 5 ovejos para obtener la lana	Resguardo indígena de Mosoco-Paéz cauca	80 sacos	Cada 9 meses De acuerdo a la fase lunar
Madre de cabeza (Noly Perdomo)	Hace aporte del trabajo comunitario con 10 ovejos para obtener la lana	Resguardo indígena de Mosoco-Paéz cauca	150 sacos	Cada 9 meses de acuerdo a la fase lunar
Ramón Guejia	Hace aporte de trabajo comunitario con 15 ovejos para obtener la lana	Resguardo indígena de Mosoco-Paéz cauca	250 sacos	Cada 9 meses de acuerdo a la fase lunar

*Cuadro 5: elaboración propia*





## HERRAMIENTAS PARA EL TRABAJO.

Las herramientas que se describirán a continuación se establecen para trabajar de forma manual, son herramientas muy sencillas no se requiere adquirir equipos tecnológicos para la realización de las artesanías, las cuales se establecen como piezas que no se pueden comparar con otras. Rivas (2018) plantea: “Esto le da un valor muy alto, ya que su creación manual y única, permite al artesano poner toda su creatividad e imaginación en su obra” (p.81).

HERRAMIENTA	DESCRIPCIÓN
Aguas croché	Para la elaboración de los bolsos, con diferentes números es decir 0, 1, 3
Tijeras	Pequeñas y grandes para realizar el respectivo corte y extraer la lana.
Telares	Específicos para plasmar las ruanas, y empezar a realizar el tejido
Llaveros	La base principal para unir los pequeños tejidos que les darán forma a los llaveros
Chontas	Sus diferentes tamaños permiten afinar el tejido y lograr el producto terminado, sin esto no es posible realizar la artesanía

Cuadro 6. Elaboración propia

## CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

Es importante conocer la capacidad que puede tener una artesana para establecer el número de horas que se pueden establecer en el desarrollo del producto.

PRODUCTO	PRODUCCIÓN UNIDADES AL MES	HORAS EMPELADAS DE TRABAJO	NÚMERO DE PERSONAS REQUERIDAS
Mochilas diferentes tamaños	14	4 horas	7 madres comunitarias artesanas
Ruanas	3	4 horas	3 madres comunitarias artesanas
Llaveros tradicionales	35	4 horas	7 madres comunitarias artesanas

*Cuadro 7.* Elaboración propia



## PLAN FINANCIERO

Este plan se da con el fin conocer cuáles serán los resultados de los próximos periodos para “Nasawesx Umna”, con el cual se determina de una forma detallada la economía de la empresa.

INGRESOS			
MOCHILAS			
Conceptos/años	2021	2022	2023
Unidades a vender	50	100	150
Precio \$	140.000	150.000	150.000
<b>Totales productos</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Ventas en unidades	50	100	150
<b>Ventas totales</b>	<b>7.000.000</b>	<b>15.000.000</b>	<b>22.500.000</b>
LLAVEROS			
Conceptos/años	2021	2022	2023
Unidades a vender	100	150	200
Precio \$	5.000	10.000	15.000
<b>Totales productos</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Ventas en unidades	100	150	200
<b>Ventas totales</b>	<b>500.000</b>	<b>1.500.000</b>	<b>3.000.000</b>
RUANAS			
Conceptos/años	2021	2022	2023
Unidades a vender	20	40	80
Precio \$	250.000	250.000	250.000
<b>Totales productos</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Ventas en unidades	20	40	80
<b>Ventas totales</b>	<b>5.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>20.000.000</b>

Cuadro 8. Elaboración propia

<b>GASTOS</b>		
<b>INFRAESTRUCTURA</b>		
descripción	cantidad	valor
Adecuación de las instalaciones	1	500.000
Mantenimiento de las instalaciones	1	100.000
<b>MERCADEO</b>		
Desarrollos medios electrónicos	1	500.000
publicidad	1	200.000
<b>REGISTRO</b>		
Constitución de la empresa y aspectos legales	1	300.000
<b>GASTOS MENSUALES</b>		
Descripción	Mensual	Anual
Agua	24.000	24.000
Energía	20.000	240.000
Internet	60.000	720.000
Alimentación	20.000	240.000
Salidas	200.000	2.400.000

Cuadro 9. Elaboración propia



<b>BALANCE GENERAL</b>			
Concepto / Años	2021	2022	2023
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	1.260.000	1.340.000	1.340.000
Inmovilizado intangible (franquicias, reconocimiento de marca)	60.000	40.000	40.000
Inmovilizado material (edificación, maquinaria)	1.200.000	1.300.000	1.300.000
Inversiones financieras	0	0	0
Inversiones en materiales (edificaciones, transporte, terrenos entre otros)	1.560.000	600.000	500.000
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Existencias (stock)	5.000.000	10.000.000	10.000.000
Otros activos corrientes	0	0	0
Efectivo y activo líquido	0	0	0
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>4.760.000</b>	<b>4.840.000</b>	<b>4.840.000</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	10.000.000	20.000.000	25.000.000
Fondos propios	1.000.000	2.000.000	2.000.000
Capital	2.500.000	3.000.000	2.000.000
Reservas	0	0	0
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	2.000.000	3.000.000	3.000.000
Deudas a largo plazo	2.000.000	3.000.000	3.000.000
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	500.000	500.000	500.000
Deudas a corto plazo	500.000	500.000	500.000
<b>TOTAL, PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>12.500.000</b>	<b>23.500.000</b>	<b>28.500.000</b>



Cuadro 10. *Elaboración propia*

ESTADO DE RESULTADOS

	2021	2022	2023
Ventas	12.500.000	14.000.000	15.000.000
Costo de Ventas	3.000.000	580.113	638.124
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>9.500.000</b>	<b>13.419.887</b>	<b>14.361.876</b>
Gastos de producción Fijos	200.000	300.000	300.000
Publicidad	200.000	210.000	215.000
Fletes	300.000	300.000	300.000
Impuestos y tasas	0	0	0
Varios	100.000	100.000	200.000
<b>Total, Otros Gastos</b>	<b>800.000</b>	<b>910.000</b>	<b>1.015.000</b>
<b>Utilidad Antes de Intereses e Impuestos</b>	<b>8.700.000</b>	<b>12.509.887</b>	<b>13.346.876</b>
Intereses	0	0	0
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>8.700.000</b>	<b>12.509.887</b>	<b>13.346.876</b>
Impuesto a las Ganancias	0	0	0
<b>Utilidad Del ejercicio</b>	<b>8.700.000</b>	<b>12.509.887</b>	<b>13.346.876</b>

Cuadro 11. *Elaboración propia*



## CONCLUSIONES Y LOGROS

Este proyecto se realizó con el fin de aplicar nuestros conocimientos adquiridos durante este semestre y algunos anteriores a este, lo cual nos permitió obtener más conocimientos e información de la creación de una empresa y los múltiples factores que debemos tener en cuenta, aplicando todos los requerimientos y realidades que se debe llevar a cabo

Con la realización del estudio de mercado se identificó las variables a tener en cuenta para la respectiva segmentación, lo cual contribuyó para conocer de manera detallada la caracterización del cliente y establecer que población está dispuesta a adquirir los productos; y de esta forma tener un acercamiento participando en espacios donde concurren frecuentemente.

Se determinó que las personas que apoyan el emprendimiento indígena colombiano, pertenecen a una cultura diferente; es decir vienen de otros países queriendo aprender un poco sobre la historia cultural, por lo tanto, se ven interesadas y motivadas en adquirir el producto. Es importante resaltar que las personas que poseen un alto poder adquisitivo les llaman la atención y reconocen su apoyo al arte indígena.



Al identificar los recursos económicos, se puede afirmar que la iniciativa cuenta con una infraestructura adecuada para cumplir con los objetivos propuestos, teniendo una gran ventaja de contar con un centro de acopio idóneo para trabajar de manera colectiva y comunitaria. Así mismo se logró la identificación de los gastos que se presentan y son muy necesarios tenerlos en cuenta.

Nasawesx Umna cuenta con una excelente calidad en materia prima, la cual proviene del ovino donde se identifica el proceso de producción desde el pastoreo hasta la etapa final de obtención de lana. se presenta la oportunidad de generar un segundo ingreso con la elaboración de abonos orgánicos derivados del estiércol del animal.

La inversión inicial no estará reflejada por grandes cantidades de dinero, puesto que el trabajo será colaborativo, es decir que cada participante realiza su aporte para que el trabajo comunitario se vea reflejado en el desarrollo de los tejidos.

Con la elaboración del plan de negocios se logró formular las estrategias que permitirán llevar las actividades propuestas bajo un lineamiento específico, de esta manera se estipulara un camino a seguir en la que se espera no presentar inconvenientes.

Al abarcar las estrategias propuestas es importante destacar el uso del mercadeo digital, ya que por medios electrónicos se tendrá la oportunidad de visibilizar los tejidos propios del pueblo Nasa del departamento del Cauca.





De igual manera podemos deducir que las artesanías y las madres cabeza de familia se convierten en poseedoras de historia y sabiduría al momento que dan inicio a la fabricación de estas simbologías del pueblo Nasa que luego serán comercializados

Como estudiantes indígenas de la carrera ciencias administrativas y económicas es importante fomentar la participación de las mujeres en la sociedad y dentro de los territorios indígenas, de esta manera dar un significado y un valor a la mujer indígena teniendo en cuenta el significado que representa.

El presente proyecto, dará sus inicios dentro del comercio tradicional como el comercio electrónico que actualmente tiene posición en el mundo, y que de esta manera se pueda ofrecer productos de excelente calidad haciéndonos conocer en el mercado nacional, teniendo en cuenta las diferentes herramientas, como son las redes sociales y las páginas web y de la misma manera fomentar el crecimiento económico de nuestro resguardo indígena

Nasawesx Umna dentro de su grupo de trabajo colectivo pudo determinar la habilidad de cada madre cabeza de familia que dio inicio y apoyo para este trabajo, teniendo en cuenta que con sus experiencias pudieron aportar a las diferentes mejoras que se le hicieron tanto a la iniciativa de emprendimiento.



- como estudiantes indígenas y en general a toda la comunidad es primordial sensibilizar sobre la importancia de rescatar la comunicación desde el hogar hasta el trabajo en equipo, el dialogo alrededor de nuestras tulpas y fortalecer el aprendizaje de los diferentes tejidos que es simbólicos para nuestro pueblo Nasa.
- También sabemos que a pesar de la gran riqueza cultural que hay en cuanto a la producción de estas artesanías, no se ha brindado herramientas básicas para dar a conocer nuestro producto y competir con la mejor calidad para la comercialización en el mercado nacional, esto nos lleva a un bajo reconocimiento del trabajo artesanal del pueblo Nasa y que no se tenga en cuenta la importancia y el trabajo que hay detrás de cada producto.



## BIBLIOGRAFIA

- organización de las naciones unidas para la educación la ciencia y la cultura. (2007). *Patrimonio cultural inmateral*. Obtenido de ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (4 y 5 de Junio de 2001). CEPAL. Obtenido de El derecho de sobrevivencia: la lucha de los pueblos indígenas en América Latina contra el racismo y la discriminación: [https://www.cepal.org/mujer/publicaciones/sinsigla/xml/6/6826/sobrevivencia\\_stavenha\\_gen.PDF](https://www.cepal.org/mujer/publicaciones/sinsigla/xml/6/6826/sobrevivencia_stavenha_gen.PDF)
- La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017). *UNESCO*. Obtenido de Pueblos indígenas: <https://es.unesco.org/indigenous-peoples#:~:text=Los%20pueblos%20ind%C3%ADgenas%20viven%20en,el%2022%20%25%20del%20territorio%20planetario.&text=Muchos%20pueblos%20ind%C3%ADgenas%20siguen%20enfrentando,otras%20violaciones%20de%20derechos%20humanos>.
- Arango Ocha , R., & Gutiérrez Sánchez , E. (2004). *Los pueblos indigenas de Colombia en el umbral del nuevo milenio: población, cultura y territorio: bases para el fortalecimiento social y económico de los pueblos indígenas*. Bogota: Departamento Nacional de Planeacion.
- Artesanias de Colombia. (2018). *Memorias de oficio*. Obtenido de Artesania Nasa Hila y Cauca: <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/4379/1/INST-D%202018.%2067.pdf>
- Organizacion indigena de Colombia. (2020). *ONIC*. Obtenido de Economía Nasa: <https://www.onic.org.co/pueblos/2095-nasa>
- Quiguanas, A., 2011. *LOS TEJIDOS PROPIOS: SIMBOLOGÍA Y PENSAMIENTO DEL PUEBLO NASA*. licenciatura en etnoeducación. Universidad del Cauca.
- Cárdenas Amaya, A., & Pucha Ibito, L. M. (octubre de 2017). *“Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para los Pueblos indigenas de colombia*. Obtenido de Documento Diagnóstico diferencial de la comunidad de Mujeres tejedoras Nasa, UMA, de los Resguardos Indígenas de Tacueyó, Toribío y San Francisco, de la etnia Nasa, en Toribío - Cauca: <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/4139/1/INST-D%202017.%2068.pdf>



Hurtado Cerón, A., & Molina Bedoya, V. A. (2013). *Facultad de Ciencias de la Educación, Humanidades, Filosofía y Artes*. Obtenido de TEJIDO Y RE-CREACIÓN DE LAVIDA ALREDEDOR DEL FOGÓN COMUNIDAD INDÍGENANASA DE CALDONO (CAUCA) COLOMBIA: <https://pdfs.semanticscholar.org/eced/7446a685972f0fd754a8bf88da0f4889b100.pdf>

Organización Indígena de Colombia. (s.f.). *ONIC*. Obtenido de ¿CUALES SON, CUANTOS Y DONDE SE UBICAN LOS PUEBLOS INDIGENAS DE COLOMBIA?: <https://www.onic.org.co/noticias/2-sin-categoria/1038-pueblos-indigenas>

Artesanías de Colombia. (2020). *Artesanía Indígena*. Obtenido de Pueblo arhuaco: [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/arhuacos\\_202](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/arhuacos_202)

Artesanías de Colombia. (2020). *Artesanía Indígena*. Obtenido de Comunidad wayuu: [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/comunidad-wayuu--\\_201](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/comunidad-wayuu--_201)

Artesanías de Colombia. (2015). *Fortalecimiento de la actividad artesanal en el departamento del Putumayo*. Obtenido de <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/3288/1/INST-D%202015.%204.pdf>

Artesanías de Colombia. (2018) *fortalecimiento del diseño y la producción de la artesanía del departamento del cauca*. Obtenido de

<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/4738/1/INST-D%202018.%2091.pdf>

Quiles García, F., & Juárez Peña, K. N. (2016). Actualidad de las artesanías indígenas en Iberoamérica.

Rojano Alvarado, Y. N., Contreras Cuentas, M. M., & Mendoza Fernández, D. L. (2016). Prácticas del mercado artesanal de la etnia wayú en Riohacha (La Guajira, Colombia): estudio etnográfico. *Pensamiento & Gestión*, (41), 262-288.

González, L. M. G. (2008). Condicionantes del emprendimiento en Colombia. *El cuaderno ciencias estratégicas*, 2(4), 167-186.

Laveriano, W. (2010). Importancia del control de inventarios en. *Actualidad Empresarial*, N.º 198-Primera Quincena de enero 2010.

Villarán, K. W. (2009). Plan de negocios. *Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Peru: Programa Jóvenes Empresarios/Universidad Señor de Sipán.



Gregorio, J. R. T. (2011). Cultura, identidad cultural, patrimonio y desarrollo comunitario rural: una nueva mirada en el contexto del siglo XXI latinoamericano. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (2011-06).

Jairo, T. F. (2008). El trueque: tradición, resistencia y fortalecimiento de la economía indígena en el Cauca. *Revista de Estudios Sociales*, (31), 146-161.

Ramos Maza, T. (2004). Artesanas y artesanías: indígenas y mestizas de Chiapas construyendo espacios de cambio. *LiminaR*, 2(1), 50-71.

Herrera, J. N. (2002). Introducción a la calidad. *Curso de calidad por internet-CCI*, 1.

KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación.

Marstio, T. (1999). Manual para escribir un plan de negocios. *Materia de Capacitación para el proyecto SUCOF de Filandia TMa*

Odora Hoppers, C. A. (2005). Culture, indigenous knowledge and development.