



Plan de Negocios para la Creación de Microempresa de Artesanías del Tejido en el Cabildo

Indígena Muisca de Bosa

Laura Valentina González Neuta

Natalia Johanna Neuta

Edgar Misael Niño Cordero

Dirección Nacional UDCII

Unidad para el Desarrollo de la Ciencia, la Investigación y la Innovación

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Antonio Nariño

23 de mayo 2021



Tabla de Contenido

1. Resumen Ejecutivo de la Propuesta	6
2. Justificación	8
3. Antecedentes	11
3.1. Formulación del problema	14
3.2. Pregunta de investigación	15
4. Objetivo General y Específicos	16
4.1. Objetivo general	16
4.2. Objetivos específicos:	16
5. Descripción del Negocio	17
5. 1 Diseño Organización – Estructura Organizacional	17
5.1.1 Misión	17
5.1.2 Visión	17
5.1.3 Valores corporativos	17
5.1.4. Organigrama	18
5.1.5 Constitución legal	19
6. Estudio de Mercado y la Competencia Plan de Ventas y Marketing	20
6.1. Metodología.	20
6.1.1. Tipo de investigación	20
6.1.2. Población y muestra	20
6.1.3. Técnica de recolección de datos	21
6.1.4. Propuesta de valor	30
6.2. Estrategia de Marketing (4'ps)	31
6.2.1. Análisis y determinación del producto y/o servicio	31
6.2.2. Tipos de mercado para el plan de negocios	31
6.2.3 Precio	32
6.2.4 Promoción	32
6.2.5 Plaza	32
6.2.6 Producto	32
6.3 Análisis de la Competencia	33
7. Plan de Operación	36
7.1 Ficha técnica	36
7.2 Herramientas de trabajo	39
7.3 Capacidad de producción	39



8. Plan Financiero	41
8.1 Presupuesto de ingresos	41
8.2 Presupuesto de egresos	42
8.3 Inversiones	44
8.4 Flujo de caja	47
8.5 Estados financieros	48
8.5.1 Balance general	48
8.5.2 Estado de resultados 2022	49
8.5.3 Notas explicativas estados financieros	49
8.6 Punto de equilibrio	52
9. Evaluaciones Economicas	53
9.1 Tasa interna de retorno –tir, valor presente neto – v.p.n, relación beneficio – costo b/c ...	53
10. Conclusiones y Logros	54
11. Bibliografía Citada	56

Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis del producto	31
Tabla 2 Ficha Técnica de las Mochilas	36
Tabla 3 Ficha Técnica Chumbe	37
Tabla 4 Ficha Técnica Bufandas	37
Tabla 5 Diagrama de Procesos	38
Tabla 6 Herramientas de trabajo	39
Tabla 7 Capacidad de Producción	39
Tabla 8 Presupuesto de ingresos a cinco años.....	42
Tabla 9 Presupuesto de costos – gastos a cinco años	43
Tabla 10 Presupuesto de Inversión	44
Tabla 11 Flujo de Caja a cinco años	47
Tabla 12 Período Recuperación de Inversión	48
Tabla 13 Balance General 2022.....	48
Tabla 14 Estado de Resultados 2022	49
Tabla 15 Nota 4: Efectivo y Equivalentes al Efectivo	50
Tabla 16 Nota 5: Propiedad, Planta y Equipo e inventarios	50
Tabla 17 Nota 6: Pasivo.	50
Tabla 18 Nota 7: Patrimonio.	51
Tabla 19 Nota 9: Ingresos	51
Tabla 20 Nota 10: Costos y gastos.....	51
Tabla 21 Nota 11: Utilidad, provisión para impuesto de renta	52
Tabla 22 Punto de Equilibrio.....	52
Tabla 23 Indicadores Financieros.....	53



Lista de Gráficas

Gráfica 1 ¿Usted cree que, si se aplican procesos administrativos y comerciales a la unidad del tejido en el cabildo, este será viable y rentable para la comunidad?	22
Gráfica 2 ¿Considera que el proyecto de emprendimiento sobre el comercio del tejido muisca, será avalado por las autoridades y consejos de la comunidad?	23
Gráfica 3 ¿Le gustaría participar en el emprendimiento del tejido, con el acompañamiento de las madres tejedoras del resguardo?	24
Gráfica 4 De los productos ofrecidos ¿Cuál cree usted que sería el más rentable en este proyecto?	24
Gráfica 5 ¿Se podría deducir que con este proyecto el cabildo obtendrá mas conocimiento y acreditación a nivel nacional?	25
Gráfica 6 . ¿Invertiría económicamente en el proyecto de emprendimiento de Tejidos Muisca?	26
Gráfica 7 ¿Usted cree que este proyecto de emprendimiento generara empleos mas adelante, integrando a la comunidad y otros interesados en el Tejido?	26
Gráfica 8 ¿Usted cómo indígena se siente identificado con el Tejido y los diseños propios de la comunidad?	27
Gráfica 9 ¿Las instalaciones del cabildo le parecen adecuadas para la producción y comercialización de los productos del proyecto de emprendimiento?	28
Gráfica 10 . ¿Cree que los niños y jóvenes de la comunidad deban participar en el proyecto, en el cual este también tenga como objetivo dar a conocer y enseñar las técnicas y diseños del tejido indígena Muisca?	28
Gráfica 11 De los productos a ofrecer ¿Usted cual compraría? Teniendo en cuenta el precio proyectado.	29

1. Resumen Ejecutivo de la Propuesta

La Organización Nacional Indígena de Colombia reconoce actualmente a 102 pueblos indígenas establecidos alrededor del país, lo cual representan el 3.5% de la población colombiana. Sus resguardos varían entre cientos y decenas de individuos que guardan una historia y cosmovisión significativa para la cultura, lo cual es digna de preservación y empoderamiento.

En la capital colombiana se alberga una diversidad de comunidades indígenas que vienen de otros departamentos del país, otros vienen de países extranjeros a compartir sus conocimientos y costumbres, pero en Bogotá, predominan las comunidades indígenas descendientes de los Muisca o Chibchas quienes lograron poblar una amplia región de Cundinamarca y Boyacá.

Actualmente en Bogotá se encuentra el pueblo indígena muisca ubicado en la localidad de Bosa y Fontibón, albergando a más de 3000 mil familias que se dedican a producir y comercializar productos propios de su comunidad lo cual nos indica que son su sustento y profesión.

Por este motivo, es importante aplicar todos los conocimientos adquiridos durante los últimos años para fomentar la administración y comercialización en la comunidad indígena muisca de Bosa con el objetivo de generar reconocimiento, rentabilidad social y económica para cada uno de las madres tejedoras y para la comunidad en general.

Palabras claves: Indígenas, Tejido, Artesanía, Muisca, Plan de Negocio

Abstract

The National Indigenous Organization of Colombia currently recognizes 102 indigenous peoples established around the country, which represent 3.5% of the Colombian population.

Their safeguards vary between hundreds and dozens of individuals who keep a significant history and worldview for the culture, which is worthy of preservation and empowerment.

The Colombian capital houses a diversity of indigenous communities that come from other departments of the country, others come from foreign countries to share their knowledge and customs, but in Bogotá, indigenous communities descended from the Muisca or Chibcha predominate who managed to populate a wide Cundinamarca and Boyacá region.

Currently in Bogotá there is the Muisca indigenous people located in the town of Bosa and Fontibón, housing more than 3,000 thousand families who are dedicated to producing and marketing products from their community, which indicates that they are their livelihood and profession.

For this reason, it is important to apply all the knowledge acquired in recent years to promote administration and marketing in the Muisca indigenous community of Bosa with the aim of generating recognition, social and economic profitability for each of the weaving mothers and for the community in general.

Key Words: Indigenous, Weaving, Handicrafts, Muisca, Business Plan.

2. Justificación

Colombia cuenta con un amplio legado artesanal el cual se ha posicionado en un rango de comercio importante para el país, trabajando bajo estándares de alta calidad y variedad; los pueblos indígenas de las diferentes regiones han querido incursionar con cada producto representativo de su cosmovisión según (Quigunas, 2011, p. 4). “La artesanía, como parte de las industrias culturales, es un factor importante a considerar en las economías modernas; ya que no solo contribuyen con el crecimiento económico de los países, generando empleo e ingresos, sino que también ayuda a transmitir y mantener las raíces culturales e identidad de las naciones. La artesanía y los tejidos son un pilar fundamental ya que representan la pervivencia de los pueblos indígenas a través del tiempo”.

Así mismos hay que resaltar el trabajo artesanal que nos proporcionan las madres tejedoras de los indígenas muisca de bosa, en ellas se encuentran todo el conocimiento para poner en marcha cada producción que tiene siempre un proceso complejo. Estas prácticas se han vuelto cada vez más reducidas ya que el desempleo, la desigualdad, el desplazamiento forzado y la falta de acompañamientos económicos y sociales. “La situación de los derechos humanos de los pueblos indígenas en Colombia continúa siendo sumamente grave, crítica y profundamente preocupante, a pesar del reconocimiento constitucional de estos derechos”, señaló como su principal conclusión el Foro Permanente de la ONU para las Cuestiones Indígenas (Unpfi) en la visita realizada en julio de 2010 a Colombia.

No obstante, el cabildo muisca de bosa ha tenido importantes logros comerciales en dirección al turismo, medicina tradicional, festivales de danza y música. Pero en cuestión a la producción y comercio del tejido, este ha pasado de ser una práctica profesional a ser solo un pasatiempo y por esto no se ha podido demostrar su factibilidad económica y social frente al

consejo de gobierno de la comunidad. La mayor parte de los artesanos latinoamericanos no están organizados como empresas legalmente constituidas y comparten su actividad con otras ocupaciones remuneradas, puede tratarse de tareas del campo, o bien en el caso de las mujeres compartir esta actividad con las labores de cuidado del hogar y los hijos. Todo ello lleva a una infravaloración de la producción artesana.

Por estas razones es determinante crear un proceso administrativo correspondiente a la comercialización de los productos de la unidad productiva del tejido propio. Es importante estudiar y predeterminar un plan de negocios en donde enfoquemos nuestros conocimientos a implementar estrategias que logren la organización productiva, la comercialización virtual y el reconocimiento de los productos, su origen, su significado e importancia para la comunidad.

Además, se realiza este modelo de negocio pensando en las madres tejedoras que utilizan esta práctica como un sustento económico, tanto que reflejamos a estas productoras como un pilar fundamental para el proceso ya que de ellas viene la experiencia y el conocimiento ancestral para el fortalecimiento de la identidad cultural muisca. No obstante, es importante incluir en el proceso la ayuda y participación de los jóvenes y niños de la comunidad con el fin de mantener la cultura ancestral intacta en cada generación que vemos pasar en la comunidad.

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

En relación a esto, en la propuesta de negocio buscamos una correlación con la línea de investigación en gestión de la innovación, el cual nos permite abordar el proceso de organización y dirección de recursos como el humano, materia prima y financiera. Esto con el objetivo de implementar nuevos procesos, valor agregado al producto en cuestión y una comercialización diferente a la normal sin dejar de lado lo presencial, se irán implementando estrategias como el E-Commerce, publicidad y promoción, herramientas para la comercialización virtual que abarque un público a nivel local y nacional

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 conocimientos 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.

El pueblo indígena Muisca se localizó en la región de Cundinamarca y de Boyacá desde tiempo prehispánicos. En el siglo XVI, en el momento de la llegada de los europeos, se calcula que los habitantes de este pueblo eran casi un millón de habitantes organizados en 56 tribus, gobernadas por dos caciques (Giraldo, 1986). La historia de los Muisca inicia con el desarrollo de actividades comerciales que se remontan desde la época prehispánica donde la principal fuente de sostenibilidad era la ganadería, agricultura y la pesca, cultivaban maíz, papa, ahuyama, frijoles y frutas. Fabricaban en barro sus propias ollas, tejían sus trajes de algodón blanco, elaboraban piezas de barro o arcilla. (Giraldo, 1986).

En la cosmovisión Muisca, su pueblo surgió de los hijos de Bachué, mujer que salió de la laguna de Iguaque, madre del pueblo. Dentro de los lugares sagrados para los muisca se

reconocen como lugares encantados la Laguna de Sesquilé, la Laguna de Tota, la Laguna de Guatavita, el Cerro de Monserrate, y en general las sabanas, los lugares arqueológicos y las montañas.

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” (p. 20).

En la historia, se puede evidenciar en cuevas de los páramos CundiBoyacenses y santuarios naturales momias envueltas en finos tejidos de lana y algodón. En aquel tiempo las mochilas, mantas y ruanas eran y son preciados regalos dentro de la cultura muisca, también eran usadas para acompañar rituales, en señal de luto y festejos culturales. El Cronista Fray Pedro Simón, refiere que los muisca usaban mantas coloradas en señal de luto. Los indios de Lenguaque las usaban de diversos colores y los cortesanos de Tunja muy ricas y decoradas; los sugamuxis envolvían los cadáveres de sus antepasados en mantas de algodón. En estas mantas pintaron una gran variedad de motivos geométricos, al parecer de carácter simbólico. En la fabricación de estos implementaban materias primas como el algodón y el fique lo cual son para la fabricación de mochilas, mantas, bufandas y correas mejor llamadas (Chumbes), después de la colonización se introdujo al territorio la lana virgen la cual hasta el día de hoy es muy común utilizarla en la fabricación de mochilas, bufandas, chumbes y gorros. En el proceso del hilado se utilizan diferentes técnicas y materiales, hilos y agujas muy finos de alta calidad para una buena fabricación y producción. Manejando técnicas

complejas se fabrican telas en una sola pieza con diferentes entretejidos que representan los diseños propios de la comunidad muisca. En aquella época el color de la lana solo era blanca y con tonalidades grises, por esto la implementación de alternativas a la tintorería fue una idea innovadora en el proceso del tejido muisca. Se utilizaban colorantes y pigmentos de origen natural y mineral con lo cual creaban el color en la lana y así mismo se podían generar los diseños propios, las diferentes figuras y colores en los que cada uno tiene un significado muisca.

Hoy en día no se han encontrado más telares muisca en la región colombiana, pero si vive en la tradición oral de cada resguardo Muisca que pasa por generación en generación, dejando así una práctica única y propia de comunidades culturales importantes para la historia de nuestro país y el mundo.

Actualmente los cabildos muisca se encuentran localizados en Suba, Bosa, Cota, Chía y Sesquilé. La organización Nacional indígena de Colombia (ONIC) establece que en la comunidad indígena Mhuysqa de Bosa, la mayor cantidad de las familias están situadas en las veredas de San Bernardino y San José, con un total de 1001 familias, alrededor de 4.000 personas, cuentan con una organización de autoridades, consejo de sabedores, consejo de mayores, consejo de jóvenes, consejo de gobierno, grupos focales (medicina tradicional, mujerestejedoras, grupo de mayores, grupo de niños, grupo de huertas, comunicaciones, grupo de educación) y máxima autoridad (asamblea general).

El Plan de Vida de la comunidad indígena Muisca de Bosa, “Palabra que cuida y protege la semilla”, es un instrumento de planeación propia que cuenta con dos ámbitos, el primero, de carácter interno que corresponde a las proyecciones sobre su cultura, cosmogonía y cosmovisión, formas de gobernanza o justicia propia, que son exclusivo de la comunidad

sin intervención de terceros. El segundo ámbito, corresponde a las proyecciones externas que requieren la intervención de otros actores, entre ellos, la administración distrital, con el propósito de apoyar técnica y financieramente la implementación de acciones para garantizar los derechos culturales que den alcance a las necesidades de la comunidad.

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.

3.1. Formulación del problema

El cabildo indígena muisca de Bosa desarrolla un plan de vida para el fortalecimiento y crecimiento de las unidades productivas de la comunidad. La unidad del Tejido y confección no ha tenido la atención necesaria como si han sido unidades relacionadas con el sector de la salud y alimento, como las huertas y la medicina tradicional, esto ha generado que el grupo de tejedores no se pueda establecer económicamente, no producen ni venden sus productos, esto ha incrementado el desempleo en las madres tejedoras que ven esta actividad como un sustento para sus familias.

3.2. Pregunta de Investigación

¿Resulta viable la creación de una empresa productora y comercializadora de tejidos elaborados en el resguardo indígena Muisca que sean competitivos en el mercado local y nacional?

4. Objetivo General y Específicos

4.1. Objetivo General.

Desarrollar un plan de negocios para la comercialización de los productos de la unidad productiva del tejido y confección en la Comunidad indígena Muisca

4.2. Objetivos Específicos:

1. Investigar e identificar en el mercado actual, el estado en que se encuentra el tejido y la confección indígena en los Resguardos Muisca de Colombia.
2. Evaluar el impacto social que el plan de mejoramiento tendrá sobre los procesos administrativos de la Unidad productiva.
3. Diseñar un plan estratégico en base a los estudios y los antecedentes de los procesos actuales que se realizan en la unidad productiva, para lograr el mejoramiento de estos y la calidad de vida en la comunidad.
4. Socializar y avalar la propuesta ante las autoridades y demás consejo para su ejecución.

5. Descripción del Negocio

5.1 Diseño organización – Estructura Organizacional

5.1.1 Misión

Tejidos Muiscas es un emprendimiento que se dedica a la producción y comercialización de los productos de la unidad productiva del tejido y confección, además de buscar innovación en la variedad y empaque de nuestros productos, fomentamos la identidad propia y cultural de la comunidad Mhuysqa hacia los habitantes de la capital colombiana.

5.1.2 Visión

Buscamos que en 5 años Tejidos Muiscas sea una microempresa productora y comercializadora de los productos del tejido muisca, con altos estándares de calidad, buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes y garantizando la rentabilidad para las madres tejedoras de nuestra comunidad.

5.1.3 Valores Corporativos

Calidad: Es muy importante para nosotros demostrar que nuestros productos son de la más alta calidad, con materiales que promuevan el cuidado ambiental y tengan una buena vida útil.

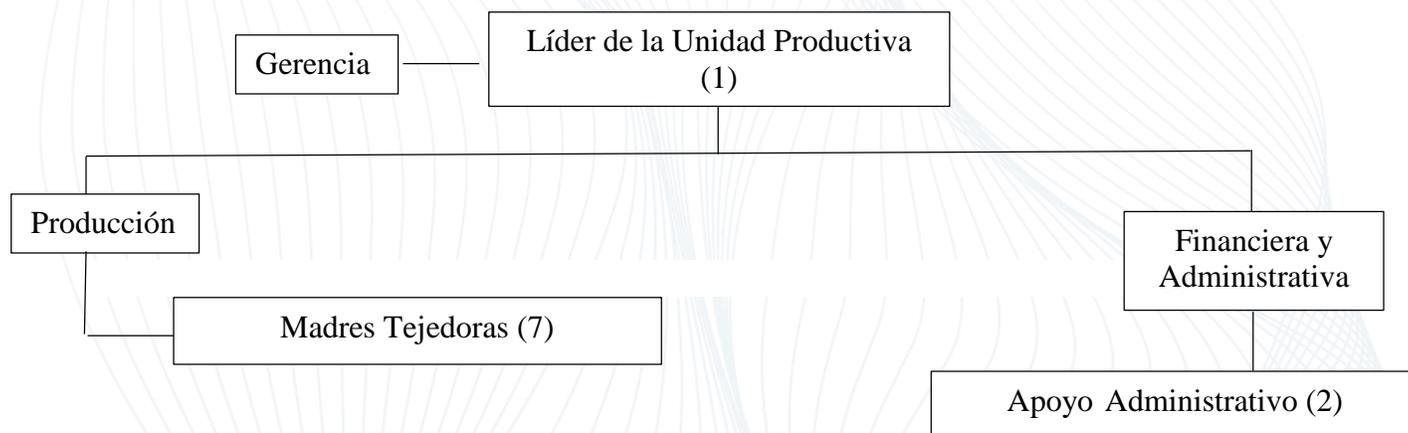
Integridad: Trabajamos con firmeza, honestidad, coherencia y sinceridad.

Transparencia: Realizamos una gestión de forma clara y confiable, sin la necesidad de mentir sobre la calidad de nuestro trabajo.

Respeto: Atendemos con el mayor respeto y paciencia a nuestros clientes, dando detalles de nuestros productos y atendiendo cualquier sugerencia y recomendación.

Constancia: trabajaos fuerte y perseverante para lograr nuestras metas en pro a nuestra visiónempresarial.

5.1.4. Organigrama



Especificación de cada cargo:

- **Gerencia:** La líder mayor del grupo de tejido será la encargada de la coordinación de los recursos como tiempo, dinero y el recurso humano, de la toma de decisiones, de la planificación y organización con clientes, proveedores y contratación del personal.
- **Producción:** Las madres tejedoras que participaran en este proyecto se encargaran de realizar los diseños y el tejer de cada mochila, bufanda o chumbe.
- **Financiera y Administrativa:** Como bien se menciona el apoyo administrativo se encargará de apoyar al líder en la toma de decisiones administrativas, realizar labor comercial, llevar los registros contables, presupuestarios y financieros, realizar pagos de servicios e insumos y trámites legales.

Nuestro recurso humano se basará principalmente en personas pertenecientes a la comunidad que sepan y quieran aprender el arte del tejido. Se iniciará con siete tejedoras que aportan la materia prima y sus propios elementos de fabricación. Conforme vayamos creciendo como micro empresa se pueden ir adquiriendo materiales para las personas que no

puedan sustentarlo ellos mismos. Y nosotras trabajaremos toda la parte administrativa, comercial y financiera del emprendimiento con el acompañamiento de la líder tejedora la cual es la que nos representa frente a las autoridades por el hecho de que ella es perteneciente al consejo de mayores.

5.1.5 Constitución legal

Según su capital: Según la estructura de capital, la empresa será de naturaleza privada, debido a que el origen principal de sus fondos es de fuentes propias (socios y accionistas) y las decisiones que toman no radican de un agente externo.

Según su tamaño: Según la estructura de tamaño, será una microempresa, debido a que contara con activos inferiores a los 100 salarios mínimos, así mismo el dueño será el mismo quien la administre y se tendrán 10 empleados.

Según su actividad económica: Sera una empresa dedica a la comercialización de productos, es decir bienes tangibles.

Según su razón social: Según la razón social, se creará bajo la figura de una Sociedad por Acciones simplificadas, debido a que esta permite que sea creada por personas naturales, a partir de un solo socio, en lo que se refiere a la responsabilidad, los asociados sólo responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones

Según su régimen contributivo: pertenecerá al Régimen simplificado, debido a que este es una legislación tributaria especial colombiana que se aplica a personas con características particulares, denominadas “pequeños comerciantes”, las personas que se encuentran bajo este régimen son comerciantes minoristas, es decir, personas que venden, de forma individual o en pequeñas cantidades, bienes y servicios que están gravados, que deben pagar impuestos sobre las ventas.

6. Estudio de Mercado y la Competencia Plan de Ventas y Marketing

6.1. Metodología.

6.1.1. Tipo de Investigación

Este proyecto se realizará bajo el tipo de investigación cuantitativa a partir de una pequeña muestra sobre la población general, aplicando una encuesta con preguntas descriptivas con el fin de obtener información de las actitudes u opiniones generales que conlleven a la identificación de la viabilidad del proyecto.

6.1.2. Población y Muestra

Población: Según la ONIC (Organización Nacional Indígena de Colombia) en la comunidad indígena de Bosa son aproximadamente 1000 familias en la comunidad, pero hay que tener en cuenta que estas están dispersas por diferentes lugares de Colombia, por ello nuestra población objetivo se basará en los cabildantes ubicados en la vereda de San Bernardino (alrededores del Cabildo) la cual según el censo y caracterización realizada por el propio cabildo se encuentran 300 cabildantes en la zona

- **Población Objetivo:** 300 Integrantes de la comunidad en la Vereda de San Bernardino.
- **Muestra:** Para la muestra final a la que vamos a aplicar la herramienta de encuesta es para los que asisten principalmente a las asambleas generales y participaron en la última caracterización sobre unidades productivas; gracias al apoyo de la secretaria del cabildo indígena Muisca de Bosa pudimos identificar una muestra de 50 personas, las cuales también apoyan y conocen el proceso de tejido en la

comunidad.

6.1.3. Técnica de Recolección de Datos

El tipo de muestreo que manejaremos será el Probabilístico ya que contamos con el censo de las personas que habitan en los alrededores de la vereda de san Bernardino.

Aplicaremos el **tipo de muestreo Estratificado**, donde aplicaremos una encuesta a la muestra de 50 personas en el cual participaran integrantes y NO integrantes de la comunidad indígena Muisca de Bosa.

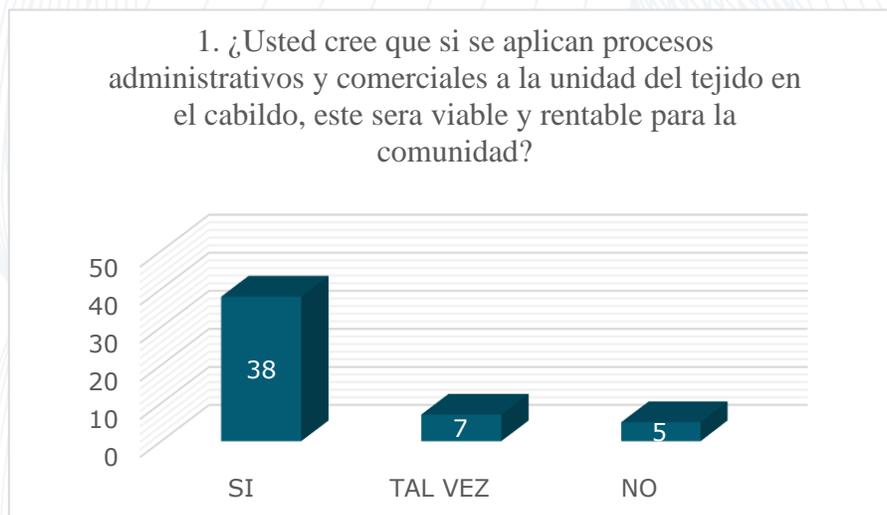
Para hallar la viabilidad de los productos fue necesario realizar una encuesta, que permitiera conocer la adquisición del producto a ofrecer. Se realizó una encuesta telefónica en donde principalmente hubo una presentación y explicación de lo que se pretende realizar con este proyecto, se dieron a conocer los productos y precios proyectados; Fueron realizadas 50 encuestas, donde se les preguntaba lo siguiente:

1. ¿Usted cree que, si se aplican procesos administrativos y comerciales a la unidad del tejido en el cabildo, este será viable y rentable para la comunidad?
2. ¿Considera que el proyecto de emprendimiento sobre el comercio del tejido muisca, será avalado por las autoridades y consejos de la comunidad?
3. ¿Le gustaría participar en el emprendimiento del tejido, con el acompañamiento de las madres tejedoras del resguardo?
4. De los productos ofrecidos ¿Cuál cree usted que sería el más rentable en este proyecto?
5. ¿Se podría deducir que con este proyecto el cabildo obtendrá mas conocimiento y acreditación a nivel nacional?

6. ¿Invertiría económicamente en el proyecto de emprendimiento de Tejidos Muiscas?
7. ¿Usted cree que este proyecto de emprendimiento generara empleos más adelante, integrando a la comunidad y otros interesados en el Tejido?
8. ¿Usted como indígena se siente identificado con el Tejido y los diseños propios de la comunidad?
9. ¿Las instalaciones del cabildo le parecen adecuadas para la producción y comercialización de los productos del proyecto de emprendimiento?
10. ¿Cree que los niños y jóvenes de la comunidad deban participar en el proyecto, en el cual este también tenga como objetivo dar a conocer y enseñar las técnicas y diseños del tejido indígena Muisca a las nuevas generaciones?
11. De los productos a ofrecer ¿Usted cual compraría? Teniendo en cuenta el precio proyectado.

En donde se lograron los siguientes resultados:

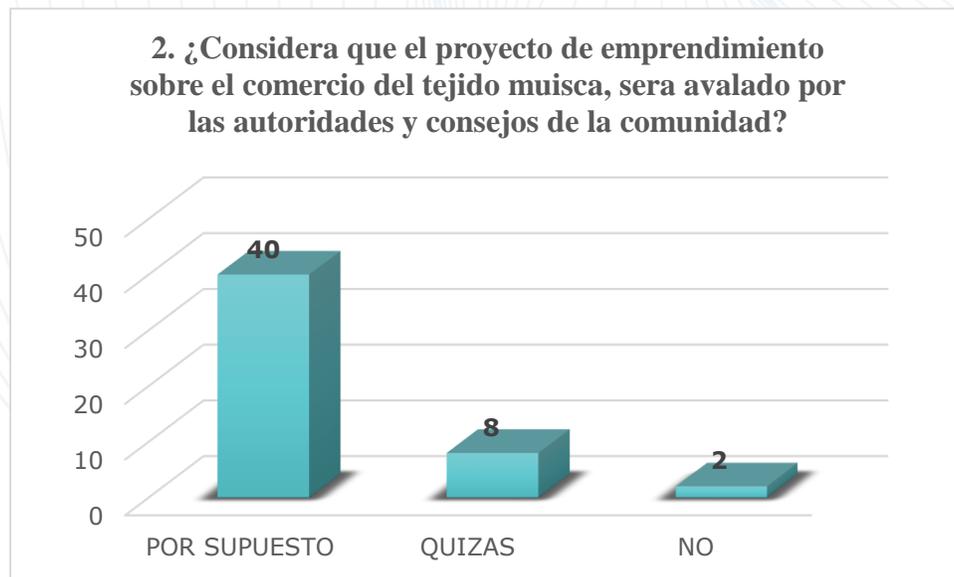
Gráfica 1 ¿Usted cree que, si se aplican procesos administrativos y comerciales a la unidad del tejido en el cabildo, este será viable y rentable para la comunidad?



Fuente: Elaboración propia

El grafico 1 nos indica que de las personas encuestadas 38 consideran que si aplicamos procesos administrativos podemos lograr una rentabilidad y beneficio para la comunidad y a las madres tejedoras, que en su mayoría son mujeres de la tercera edad; 7 personas consideran que tal vez pueda funcionar y 5 personas creen realmente que el proyecto no se pueda realizar.

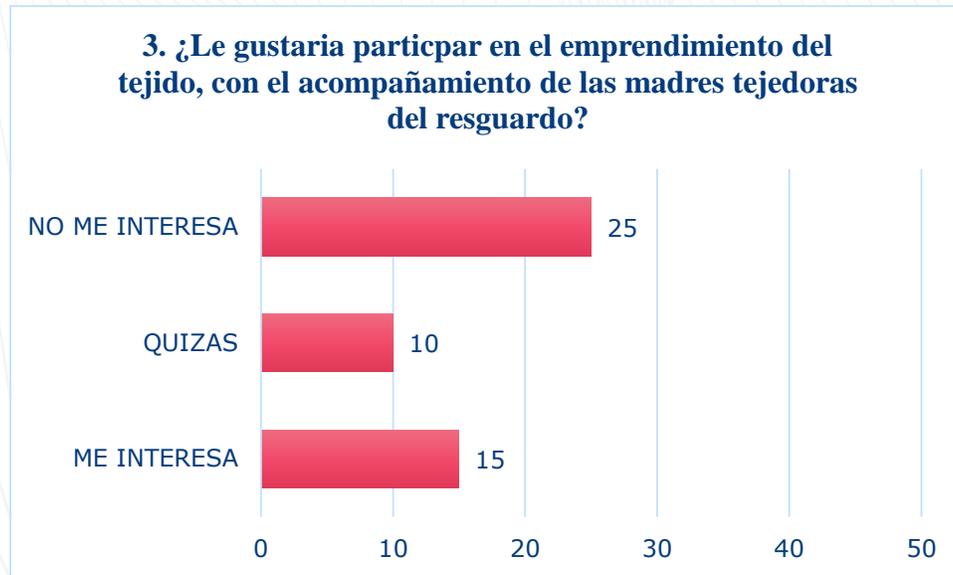
Gráfica 2 ¿Considera que el proyecto de emprendimiento sobre el comercio del tejido muisca, será avalado por las autoridades y consejos de la comunidad?



Fuente: Elaboración Propia.

El grafico 2, nos indica que para que este proyecto pueda ir mas allá de la proyección, este debe tener la aprobación de las autoridades y así mismo poder acceder a proyectos de emprendimiento con los entes de cultura de la ciudad; 40 personas nos indica que el proyecto por supuesto estará aprobado ya que si participamos en ferias podremos mostrar nuestra imagen como cabildo indígena en Bogotá; 8 personas indicaron que tal vez pueda ser aprobado ya que los consejos se están fijando más en el sector de salud por la actual emergencia sanitaria Covid-19 y 2 creen definitivamente que no será aprobado.

Gráfica 3 ¿Le gustaría participar en el emprendimiento del tejido, con el acompañamiento de las madres tejedoras del resguardo?



Fuente: Elaboración propia

El gráfico 3, nos indica que 25 personas de las encuestadas no están interesadas en participar ya que se encuentran realizando otras actividades o por la actual pandemia creen no puede reunirse con regularidad y no están dispuestos a comprometerse, 10 personas quizá puedan participar y por último a 15 personas integrantes y no integrantes al cabildo están interesados en aprender y aportar a este trabajo.

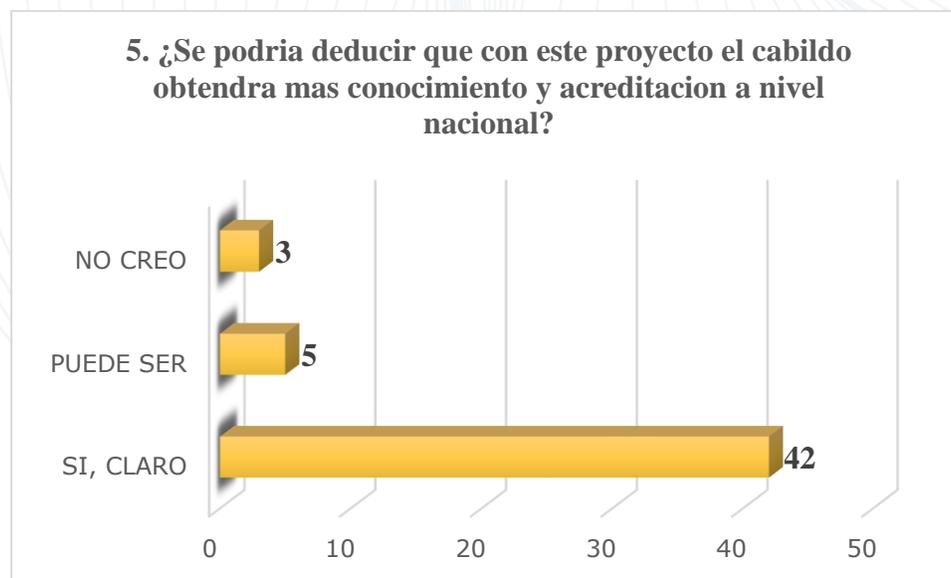
Gráfica 4 De los productos ofrecidos ¿Cuál cree usted que sería el más rentable en este proyecto?



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 4, nos indica que de la muestra encuestada el 64% cree que la mochila será el producto más rentable, debido a que es el más popular entre los indígenas y los diseños muisca son únicos; el 20% comenta que la bufanda será rentable ya que en Bogotá el clima frío es predominante en algunas épocas y por último el 16% considera que el chumbe será rentable dentro de la comunidad ya que esta hace parte de la prenda tradicional muisca y es muy usado por integrantes de la comunidad.

Gráfica 5 ¿Se podría deducir que con este proyecto el cabildo obtendrá más conocimiento y acreditación a nivel nacional?



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 5, podemos observar que 42 personas creen que si este proyecto llega más que una proyección podemos hacer más conocida la cultura y cosmovisión del resguardo indígena muisca de Bosa y que así mismo se puedan dar a conocer otras unidades productivas como la medicina tradicional y la alfarería; 5 participantes comentan que poder lograr algún reconocimiento, pero no a nivel nacional y solo 3 personas indicaron que no se reconocerían más que en la localidad de Bosa por mucho.

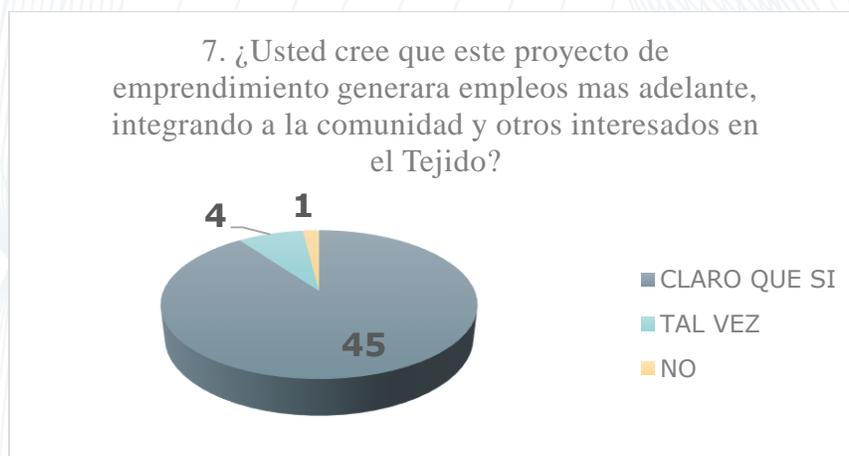
Gráfica 6. ¿Invertiría económicamente en el proyecto de emprendimiento de Tejidos Muiscas?



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 6, nos indica que 15 personas estarían interesadas en invertir con algún aporte económico, esto lo hacen con el fin de ayudar a las madres tejedoras en la actual crisis económica y social; 8 personas afirman que tal vez podrían invertir, pero de otras maneras como aportando lana, materiales, mano de obra y apoyo y por último en su gran mayoría no consideraron participar en alguna inversión ya que no es buen tiempo en cuestiones económicas.

Gráfica 7 ¿Usted cree que este proyecto de emprendimiento generara empleos mas adelante, integrando a la comunidad y otros interesados en el Tejido?



Fuente: Elaboración propia.

El grafico 7, nos muestra que 45 personas, que equivale al 90% consideran que más adelante este proyecto pueda generar empleos para más participantes y que así mismo se puedan incorporar personas que no son de la comunidad con el fin de transmitir a otras personas el arte del tejido muisca, 4 personas piensan que tal vez genere poco empleo y 1 persona recalca que no se lograra nada con el proyecto.

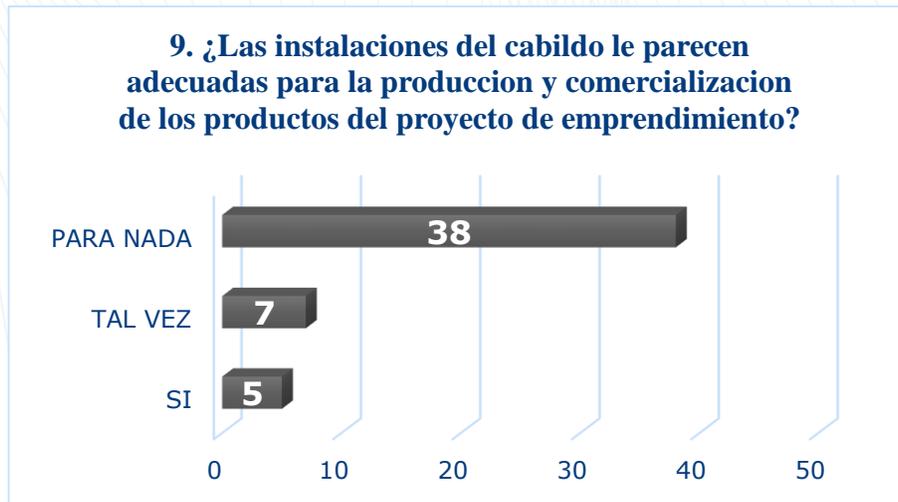
Gráfica 8 ¿Usted como indígena se siente identificado con el Tejido y los diseños propios de la comunidad?



Fuente: Elaboración propia.

El grafico 8, en respuesta a la identificación del tejido como indígena 47 personas se sienten identificadas aun no siendo de la comunidad consideran que todos los colombianos somos descendente de los primeros indígenas que poblaron el territorio y tres personas no conocen mucho del tejido, pero tienen la intención de aprender sobre ello.

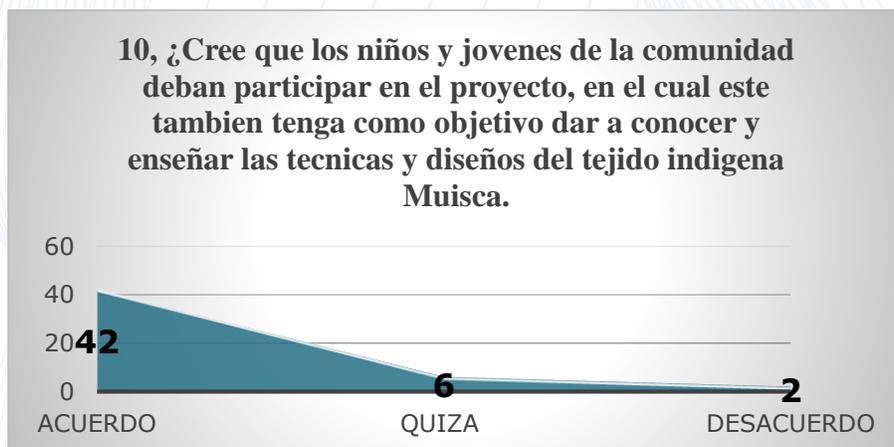
Gráfica 9 ¿Las instalaciones del cabildo le parecen adecuadas para la producción y comercialización de los productos del proyecto de emprendimiento?



Fuente: Elaboración Propia.

El gráfico 9, nos muestra que a la mayoría de personas que se les realizó la encuesta piensan que las instalaciones del cabildo no son adecuadas para la producción ni comercialización de los productos ya que al ser un espacio limitado y que está constantemente ocupado puede entorpecer el trabajo de las madres tejedoras, así mismo 7 personas opinan que tal vez pueda ser utilizado ocasionalmente y 5 personas están seguras de que se pueden utilizar buscando los espacios adecuados para realizar encuentros.

Gráfica 10. ¿Cree que los niños y jóvenes de la comunidad deban participar en el proyecto, en el cual este también tenga como objetivo dar a conocer y enseñar las técnicas y diseños del tejido indígena Muisca?



Fuente: Elaboración Propia.

El gráfico 10, nos da a entender que el 90% de la muestra está de acuerdo con que los niños y jóvenes puedan participar en este proceso ya que también podrán transmitir esos conocimientos a otras personas que puedan interesarse en el tejido indígena, 6 personas consideran que quizá puedan participar ya que los jóvenes de la comunidad no muestran mucho interés por este arte y por último dos personas en desacuerdo ya que opinan que los niños y jóvenes deben estar en sus casa estudiando por la situación actual del país y el mundo.

Gráfica 11 De los productos a ofrecer ¿Usted cual compraría? Teniendo en cuenta el precio proyectado.



Fuente: Elaboración Propia.

El gráfico 11, nos habla en cuestión de ventas, cuál sería el que comprarían las personas encuestadas, entre los resultados el 46% de las personas están interesadas en comprar una bufanda debido a los climas actuales, el 36% indica que comprarían una mochila ya que son útiles, prácticas y únicas en la comunidad, por último, el chumbe lo comprarían el 18% de personas ya que buscan complementar sus vestiduras Mhuyscas.

Teniendo en cuenta lo analizado anteriormente, se puede establecer que, de acuerdo con la muestra obtenida, todos los clientes potenciales encuestados tienen interés en adquirir el producto y piensan que es rentable y beneficioso en la comunidad.

6.1.4. Propuesta de Valor

Tejidos Muisca, es un emprendimiento que pretende hacerle llegar al cliente una historia ancestral de nuestra comunidad, enlazada a través del tejido y diseños propios de las madres tejedoras.

Frente a la propuesta de valor Tejidos Muisca se fundamenta al aporte de valor al producto en los siguientes puntos:

- En el empaque queremos hacer referencia al estantillo de economía propia del cabildo indígena muisca de bosa, explicando también el significado y cosmovisión de cada hilada de la mochila, bufanda o chumbe.
- Representar en cada producto y empaque un distintivo de la capital colombiana como sus colores y Bandera ya que la comunidad es propia de allí y es importante resaltarlo para que sepan que en Bogotá también existen indígenas ancestrales.

En cuestión de atención se ofrecerá:

- Disponibilidad 24/7 para atender el requerimiento del cliente.
- Atención vía telefónica y virtual.
- Personal especializado en los diferentes tipos de productos.
- Garantía.
- Servicio oportuno.

6.2. Estrategia de Marketing (4 Ps)

6.2.1. Análisis y determinación del producto y/o servicio

Tabla 1 Análisis del producto

Producto	Descripción
Mochila	Elaboradas con lana virgen o fique, diseños propios de varios colores y figuras representativas.
Bufanda	Elaboradas con lana virgen, con representaciones tribales y colores representativos.
Chumbes	Correas elaboradas con lana virgen y figuras representativas para adornar las vestimentas muiscas.

Fuente: Elaboración Propia

6.2.2 Tipos de mercado para el plan de negocio

Mercado Total: Para nuestro emprendimiento el mercado total son todas aquellas personas que deseen adquirir nuestros productos ya sean turistas, colombianos y extranjeros o todos aquellos que simplemente desean conocer un poco de la cultura adquiriéndolo nuestros productos por los diferentes medios de comercio con los que contamos.

Mercado Potencial: Nuestro mercado potencial se conforma principalmente por el turista extranjero, ya que ellos, primero les hallan un valor más grande a las artesanías indígenas, segundo, cuentan con los recursos económicos para pagar una mochila la cual para los

colombianos en algunos casos supera el máximo que pagarían por aquel producto que para ellos representa algo simple que pueden encontrar en la calle a un menor precio.

Mercado Meta: Como mencionamos anteriormente nuestro mercado meta seguirían siendo turistas, en especial extranjeros que visiten la capital del país. Estos deben contar con grandes adquisiciones, que puedan ser niños acompañados de padres, jóvenes y adultos que pretendan conocer un poco de nuestra cultura, no solo se entrega un producto, se entrega una historia y enseñanza de nuestro pueblo muisca.

6.2.3 Precio

Costo de los tejidos según su complejidad en el diseño.

- Mochila de 25 cm de ancho x 30 cm de alto \$160.000
- Bufandas según el diseño que el cliente lo prefiera, precio promedio \$80.000
- Chumbes de igual manera como el cliente lo prefiera \$70.000

6.2.4 Promoción

Para la idea de negocio la publicidad que tiene mayor valor se dará, primeramente:

- Las redes sociales
- Promoción de ventas: queremos que los clientes capturen nuestros tejidos, generando un beneficio para ellos y para nosotros
- Voz a Voz

6.2.5 Plaza

- Comercio en Bogotá (ferias artesanales y de emprendimiento)
- La sede principal del Cabildo Indígena Muisca y la casita de pensamiento indígena.
- Página Web y redes sociales.

6.2.6 Producto

Esta idea se da principalmente con el fin de seguir fortaleciendo la cultura de los pueblos indígenas Muisca.

- Mochilas
- Bufandas
- Chumbes

100% lana de virgen, con la mejor calidad y terminados, además de tener variedad de figuras simbólicas.

6.3 Análisis de la Competencia

Como primer escenario la Organización Nacional Indígena de Colombia establece que “En el territorio nacional habitan 102 pueblos indígenas, 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”

En el departamento de Cundinamarca habitan 5.303 indígenas de las etnias Muisca, Kichwas y Jeruriwa Yukuna, reconocidas por el Ministerio del Interior. afirmó Claudio Rodríguez, gerente para la Atención de Grupos Étnicos y Comunidades LGTBI. Y Según el último censo de población en Bogotá residen 87 pueblos indígenas, en los que predominan el pueblo Embera Chamí, Embera Katío, Muisca, Nasa, Guambiano, Kankuamo y Uitoto.

Según lo dicho anteriormente podemos concluir que en Colombia contamos con una diversidad muy grande en cuestión de pueblos indígenas y que estos también cuentan con costumbres y cosmovisiones muy diferentes a los demás, por ello se considera que cada

pueblo es una fuerte competencia ya que entre todos los pueblos uno de sus similitudes es la práctica del tejido artesanal. Pero como en todo hay unos pueblos que resaltan más en la comercialización de productos originarios del tejido.

Estos pueblos son los más conocidos en la región colombiana y por el mercado internacional que principalmente cuando vienen a Colombia, los lugares turísticos más habituales es la zona norte del Caribe, como es la Guajira, Santa Martha y Cartagena. Pero también una de los lugares turísticos de Colombia es la capital bogotana por lo cual nos representa una ventaja competitiva. El emprendimiento es la mochila tradicional, la cual cuentan con una gran variedad de mochilas cada una con un significado único y diferente. Artesanías de Colombia nos cuenta que “La mochila, sus o ‘lo que camina con uno’, nunca falta en la indumentaria wayú; se teje en crochet o ganchillo, con la fibra del maguey y el algodón”. (Artesanías de Colombia, 2020).

Pueblo Ijku - Arhuaco: Esta comunidad albergada en gran parte de la región caribeña de Santa Martha y el Cesar, representa el 1.59% de la población indígena de Colombia, muy reconocida el pueblo Arhuaco cuenta con actividades artesanales económicas de cestería y tejido propio. En este caso los hombres y las mujeres trabajan juntos el tejido. Los hombres se encargan de la fabricación de prendas de vestir y las mujeres se encargan de la elaboración de las mochilas tradicionales. Artesanías de Colombia nos indica que “En el telar denominado /akunkana/ se elaboran las diversas piezas que componen el traje arhuaco (ika): la manta, que puede ser de lana o algodón, el pantalón y las medias tubulares de tela que se colocan desde la rodilla sostenidas por una liga. Y las mochilas elaboradas de lana y fique”. (Artesanías de Colombia, 2020).

Pueblo Nasa: Esta comunidad ubicada en el Huila y el Cauca es un pueblo que

últimamente ha crecido tanto social como económicamente, ya que las artesanías nasa son muy representativas en esas zonas del país y están incursionando gracias a proyectos de emprendimiento en la comercialización de artesanías indígenas en Bogotá. El pueblo Nasa centra su actividad comercial en el tejido y en especial en la mochila tradicional, llamada La Jigra, estas permiten “una representatividad de la simbología que no se encontraba antes en las jigras, además de permitir cargar más cosas y ser más resistentes.

Pueblo Wayuu: Esta comunidad es uno de los pueblos indígenas más representativos de Colombia y más conocidos a nivel internacional. En sus actividades comerciales el tejido es predominante, las hamacas y los chinchorros son sus productos más representativos, son telares grandes y con una elaboración manual muy compleja. Pero un producto en común ha sido bien recibido dentro de ésta y muchas otras comunidades indígenas. Elaboradas en cabuya y algodón las mochilas son el fuerte del pueblo Wayuu.

Para este proyecto se pretende que al manejar el mismo producto que otros pueblos es pertinente establecer un factor diferenciador que haga de nuestros productos únicos e innovadores. La diferencia con las anteriores comunidades que hemos notado es que el producto es novedoso en un empaque sencillo, al nosotros diseñar y realizar un empaque en el cual contenga algo de historia, colores, aromas, imágenes, tarjetas; detalles pequeños que hacen del producto no solo una entrega si no una experiencia al recibirlo, que con este se le transmita la cultura y cosmovisión del resguardo Muisca de Bosa.

7. Plan de Operación

Hace referencia a la operación y los procesos que se llevan a cabo en la fabricación de las artesanías que se realizan, teniendo en cuenta las diferentes fases que se verán comprometidas.

7.1 Ficha Técnica

Tabla 2 Ficha Técnica de las Mochilas

Nombre del producto	MOCHILAS MUISCAS
Descripción del producto	Producto que se compone principalmente de lana virgen, con diferentes colores y diseños propios de la cultura Muisca
Lugar de elaboración	El producto es elaborado en el resguardo indígena Muisca en la Vereda de San Bernardino en la localidad de Bosa
Composición	Materia prima, lana virgen
Tiempo de duración	El tiempo de elaboración del producto es aproximadamente 2 días, trabajo realizado manualmente.

Producto final terminado



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3 Ficha Técnica Chumbe

Nombre del producto	CHUMBE
Descripción del producto	Producto elaborado por lana de virgen, producto que se sirve de faja que se utiliza para ceñir a la cintura en distintas prendas de vestir
Lugar de elaboración	El producto es elaborado en el resguardo indígena Muisca en la Vereda de San Bernardino de la localidad de Bosa
Composición	Materia prima, lana virgen
Tiempo de duración	El tiempo de elaboración del producto es aproximadamente un día, trabajo realizado manualmente con ayuda de un telar por mayores tejedoras con gran experiencia.
Producto final terminado	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4 Ficha Técnica Bufandas

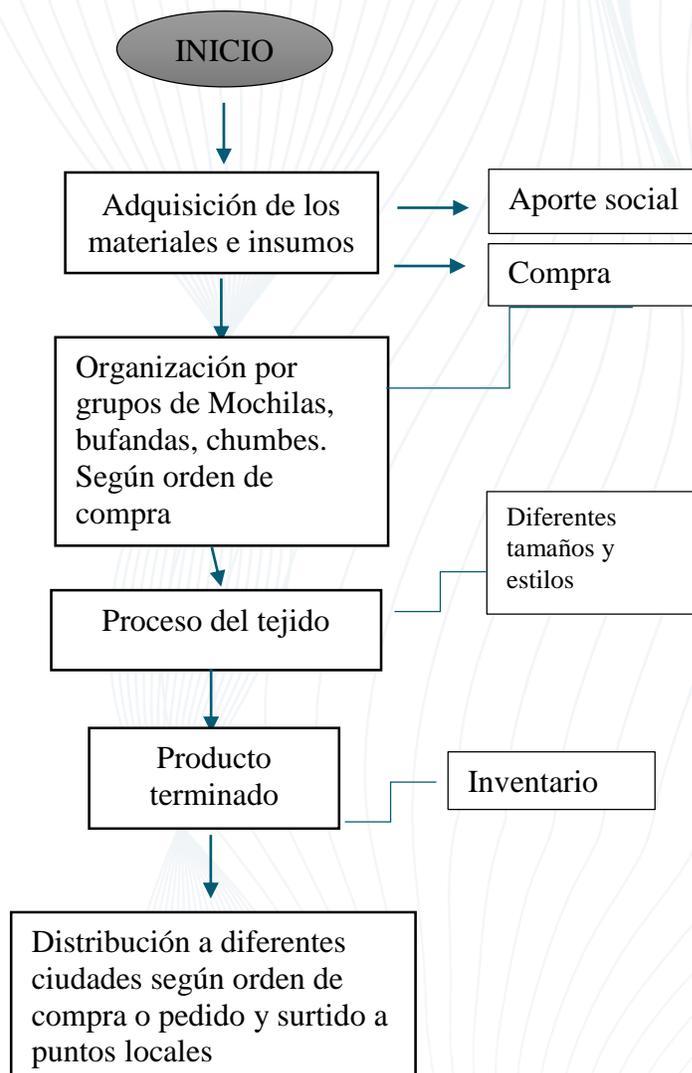
Nombre del producto	BUFANDAS
Descripción del producto	Producto elaborado por lana virgen, ideal para el frío
Lugar de elaboración	El producto es elaborado en el resguardo indígena Muisca en la Vereda de San Bernardino de la localidad de Bosa
Composición	Materia prima, lana virgen
Tiempo de duración	El tiempo de elaboración del producto es aproximadamente un día, trabajo realizado manualmente

Producto final terminado



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5 Diagrama de Procesos



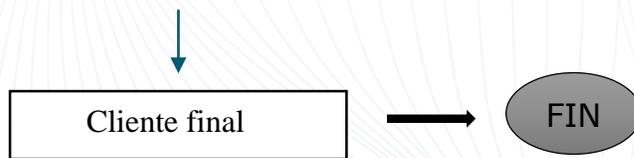
Adquisición del Material:

Principalmente se realiza la compra de la lana o se reúne el material por aportes que realiza la comunidad en especial el grupo de tejido.

Proceso del tejido: se procede a realizar el tejido de acuerdo a los diferentes tamaños, pequeños, medianos y grandes por parte de las madres artesanas.

Producto terminado: una vez el producto esté terminado se realizará un inventario para llevar el control detallado de las artesanías.

Distribución: se gestionan los pedidos, y se envían a los puntos más importantes en este caso la sede del cabildo y la casita de pensamiento indígena en la misma localidad de Bosa. También contando con las ferias artesanales.



Entrega final: Se vende y se entrega el producto terminado en el cual se pretende aplicar la propuesta de valor con el empaque personalizado.

Fuente: Elaboración propia

7.2 Herramientas de Trabajo

Las herramientas que se describirán a continuación se establecen para trabajar de forma manual, son herramientas muy sencillas no se requiere adquirir tecnología para la realización de las artesanías, las cuales se establecen como piezas que no se pueden comparar con otras. Tavera (1994) 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”.

Tabla 6 Herramientas de trabajo

HERRAMIENTA	DESCRIPCIÓN
Agujas croché	Para la elaboración de los bolsos, con diferentes números es decir 0, 1, 3
Tijeras	Pequeñas y grandes para realizar el respectivo corte
Telares	Específicos para plasmar las bufandas, y empezar a realizar el tejido

Fuente: Elaboración propia.

7.3 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.

Tabla 7 Capacidad de Producción

PRODUCTO	PRODUCCIÓN UNIDADES ALMES POR TRABAJADOR	DÍAS LABORADOS AL MES	NÚMERO DE PERSONAS REQUERIDAS
Mochilas	13	26	4 madres comunitarias artesanas
Chumbes	52	26	2 madres comunitarias artesanas
Bufandas	52	26	1 madres comunitarias artesanas

Fuente: Elaboración propia.

8. Plan Financiero

Se realiza la planeación financiera con el fin de conocer si la microempresa “TEJIDOS MUISCAS”, será sostenible los próximos cinco años, a partir de un presupuesto de ingresos, gastos – costos, inversión, flujo de caja, los estados financieros y buscando el punto de equilibrio de acuerdo a la producción. Teniendo en cuenta esto, se podrá identificar la rentabilidad de la microempresa.

8.1 Presupuesto de Ingresos

Se estiman los ingresos para los próximos cinco años, teniendo en cuenta el valor comercial que se ha decidido para cada producto – Mochila, Chumbe y Bufanda, de acuerdo, al tiempo de elaboración de cada uno, la mano de obra y la cantidad de materia prima. En la tabla 8, en primer lugar, se observa la proyección de ventas por mes y año, tanto cantidades como en pesos, para conocer los ingresos anuales, esta primera información es la base para determinar los ingresos en los próximos cinco años, donde se estima un porcentaje de aumento de ventas por año, del 4%.

Tabla 8 Presupuesto de ingresos a cinco años

PRESUPUESTO INGRESOS				AÑO BASE DE PRECIOS: 2021	
				AÑO INICIAL PRESUPUESTAL: 2022	
PRESENTACIÓN PRODUCTO	VALOR COMERCIAL \$ UNIDAD	PRODUCCIÓN UNIDAD POR MES (26 Días)	PRODUCCIÓN \$ MENSUAL (26 días)	PRODUCCIÓN \$ ANUAL	
Mochila 25cm * 30 cm	\$ 160.000	52	\$ 8.320.000	\$ 99.840.000	
Chumbe	\$ 70.000	52	\$ 3.640.000	\$ 43.680.000	
Bufanda	\$ 80.000	26	\$ 2.080.000	\$ 24.960.000	
TOTAL PROYECCIÓN VENTAS PRIMER AÑO				\$ 168.480.000	

PROYECCIÓN INGRESOS POR VENTAS A CINCO AÑOS					
VENTAS	2022	2023	2024	2025	2026
Mochila 25cm * 30 cm	\$ 99.840.000	\$ 103.833.600	\$ 107.986.944	\$ 112.306.422	\$ 116.798.679
Chumbe	\$ 43.680.000	\$ 45.427.200	\$ 47.244.288	\$ 49.134.060	\$ 51.099.422
Bufanda	\$ 24.960.000	\$ 25.958.400	\$ 26.996.736	\$ 28.076.605	\$ 29.199.670
TOTAL INGRESOS	\$ 168.480.000	\$ 175.219.200	\$ 182.227.968	\$ 189.517.087	\$ 197.097.770

Fuente: Elaboración propia

8. 2 Presupuesto de Egresos

Los costos y gastos se determinan para los próximos cinco años, debemos tener en cuenta que debe existir un balance entre los ingresos y los gastos para garantizar que exista rentabilidad en la microempresa. De acuerdo a esto, se hace un presupuesto de egresos de acuerdo a los gastos de mantenimiento y los costos-gastos de funcionamiento, como se describe detalladamente en la tabla 9.

Tabla 9 Presupuesto de costos – gastos a cinco años

PRESUPUESTO DE COSTOS – GASTOS						AÑO BASE DE PRECIOS: 2021 AÑO INICIAL PRESUPUESTAL: 2022
1,0	GASTOS DE MANTENIMIENTO	VIGENCIA				TOTAL
		2022	2023	2024	2025	2026
1,1	Mantenimiento Local	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
	TOTAL GASTOS DE MANTENIMIENTO	\$ 1.200.000				
2,0	COSTOS DE OPERACIÓN/FUNCIONAMIENTO	VIGENCIA				TOTAL
		2022	2023	2024	2025	2026
2,1	Líder (\$1.600.000 mes) (se estima aumento anual del 3% salarios)	19.200.000	19.776.000	20.764.800	21.803.040	22.893.192
2,2	Personal administrativo (2, \$1.200.000 c/u)	14.400.000	14.832.000	15.573.600	16.352.280	17.169.894
2,3	Personal producción (7, \$900.000 c/u)	75.600.000	77.868.000	81.761.400	85.849.470	90.141.944
2,7	Arriendo (\$500.000 mes) (se estima aumento anual del 5%)	6.000.000	6.120.000	6.242.400	6.367.248	6.494.593
2,8	Servicios Públicos (se estima aumento anual del 1%)	1.248.000	1.260.480	1.285.690	1.311.403	1.337.631
2,9	Suministros papelería (se estima aumento anual del 1%)	600.000	606.000	636.300	668.115	701.521
2,10	Gastos por depreciación activos fijos	884.000	884.000	884.000	884.000	884.000
2,11	Gastos Impuestos	500.000	530.000	550.000	570.000	590.000
2,12	Gastos por Publicidad	1.200.000	1.250.000	1.300.000	1.350.000	1.400.000
2,13	Gastos de producción	45.360.000	46.267.200	47.192.544	48.136.395	49.099.123
	TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN/FUNCIONAMIENTO	\$164.992.000	\$169.393.680	\$176.190.734	\$183.291.951	\$190.711.897
	GASTOS DE MANTENIMIENTO	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
	COSTOS DE OPERACIÓN/FUNCIONAMIENTO	164.992.000	169.393.680	176.190.734	183.291.951	190.711.897

TOTAL OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	166.192.000	170.593.680	177.390.734	184.491.951	191.911.897	890.580.262
--	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia.

8.3 Inversiones

La inversión inicial proyectada para la microempresa se describe en la tabla 10, donde se evidencian los costos directos en relación a obras físicas, bienes y servicios que se generen el primer mes. Los valores allí descritos se tienen en cuenta de acuerdo cotizaciones y a precios de referencia que se encuentren en el mercado. Recordemos que la inversión, debe tener relación con los ingresos que ya planteamos.

Tabla 10 Presupuesto de Inversión

PRESUPUESTO INVERSIÓN							AÑO BASE DE LOS PRECIOS	2.021
							1er AÑO DE LOS RECURSOS	2.022
ITEM	DESCRIPCIÓN	FUENTE	UNIDAD	CANT	VR UNITARIO	VR TOTAL	%	
1,00	OBRAS FÍSICAS						TIPO	OBRA PÚBLICA
1,01	Adecuación instalaciones de producción, comercialización y área administrativa	Precios Ref.	Metro Cuadrado	5	\$ 150.000	\$ 750.000		7,5%
		19,00%	142.500,00		COSTO DIRECTO GRUPO	\$ 750.000		7,5%

2,00 HERRAMIENTAS - ACTIVOS FIJOS				TIPO	BIENES				
2,01	Set Agujas crochet en aluminio por 10 # 0	Cotización	Unidad	1	\$	25.000	\$	25.000	0,2%
2,02	Set Agujas crochet en aluminio por 10 # 1	Cotización	Unidad	1	\$	25.000	\$	25.000	0,2%
2,03	Set Agujas crochet en aluminio por 10 # 3	Cotización	Unidad	1	\$	25.000	\$	25.000	0,2%
2,04	Tijeras grandes para corte artesanal	Cotización	Unidad	6	\$	15.000	\$	90.000	0,9%
2,05	Tijeras pequeñas para corte artesanal	Cotización	Unidad	6	\$	3.000	\$	18.000	0,2%
2,06	Telar 70*50 para bufanda	Cotización	Unidad	1	\$	350.000	\$	350.000	3,5%
IVA para el grupo		19,00%				101.270,00	COSTO DIRECTO GRUPO	\$ 533.000	5,3%

3,00 ADMINISTRACIÓN - MOBILIARIO - ACTIVOS FIJOS (Vida útil 10 años)				TIPO	BIENES				
3,01	Escritorio básico de oficina	Cotización	Número	2	\$	250.000	\$	500.000	5,0%
3,02	Sillas oficina ergonómicas giratorias	Cotización	Número	3	\$	190.000	\$	570.000	5,7%
3,03	Sillas sala de espera en metal - tadem 3 puestos	Cotización	Número	1	\$	300.000	\$	300.000	3,0%
3,04	Computadores de escritorio	Cotización	Número	2	\$	1.000.000	\$	2.000.000	19,9%
3,05	Impresora	Cotización	Unidad	1	\$	500.000	\$	500.000	5,0%
3,06	Archivador sencillo	Cotización	Unidad	1	\$	150.000	\$	150.000	1,5%
3,07	Celular	Cotización	Unidad	1	\$	400.000	\$	400.000	4,0%
IVA para el grupo		19,00%				839.800,00	COSTO DIRECTO GRUPO	\$ 4.420.000	43,9%

4,00 CONSTITUCIÓN LEGAL EMPRESA				TIPO	SERVICIOS			
---------------------------------	--	--	--	------	-----------	--	--	--

4,01	Cámara de comercio	Precios Ref.	Número	1	\$	300.000	\$	300.000	3,0%
		19,00%		57.000,00		SUBTOTAL GRUPO	\$	300.000	3,0%
5,00	PUBLICIDAD - MARKETING INICIAL					TIPO		SERVICIOS	
5,01	Estrategia básica marketing digital	Precios Ref.	Número	1	\$	500.000	\$	500.000	5,0%
5,02	Publicidad exterior en el local	Precios Ref.	Número	1	\$	300.000	\$	300.000	3,0%
		IVA para el grupo	19,00%	152.000,00		SUBTOTAL GRUPO	\$	800.000	8,0%
6,00	INVENTARIO INICIAL					TIPO		BIENES	
6,01	DUCAC Materia prima kg - lana virgen	Cotización	Kilogramo	63	\$	60.000	\$	3.780.000	37,6%
		IVA para el grupo	19,00%	718.200,00		SUBTOTAL GRUPO	\$	3.780.000	37,6%
						TOTAL PRESUPUESTO	\$	10.058.000	100%

Fuente: Elaboración propia

8.4 Flujo de Caja

En el flujo de caja hacemos un balance entre la inversión inicial, inversión durante los siguientes 5 años de operación de la microempresa, los ingresos y egresos. Se tienen en cuenta los ingresos y egresos reales de efectivo, así como la depreciación de los activos fijos (ver tabla 11).

Tabla 11 Flujo de Caja a cinco años

CATEGORÍA	FLUJO DE CAJA NETO – ANUAL						AÑO BASE DE PRECIOS: 2021
	AÑO	0	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS	\$	-	\$ 168.480.000	\$ 175.219.200	\$ 182.227.968	\$ 189.517.087	\$ 197.097.770
COSTOS	\$	-	\$ 164.808.000	\$ 169.179.680	\$ 175.956.734	\$ 183.037.951	\$ 190.437.897
DEPRECIACIÓN -	\$	-	\$ 884.000	\$ 884.000	\$ 884.000	\$ 884.000	\$ 884.000
GANANCIA GRAVABLE =	\$	-	\$ 2.788.000	\$ 5.155.520	\$ 5.387.234	\$ 5.595.135	\$ 5.775.873
IMPUESTOS -	\$	-	\$ 820.800	\$ 849.528	\$ 879.261	\$ 910.804	\$ 942.682
GANANCIA CONTABLE =	\$	-	\$ 1.967.200	\$ 4.305.992	\$ 4.507.973	\$ 4.684.331	\$ 4.833.191
DEPRECIACIÓN +	\$	-	\$ 1.798.500	\$ 1.798.500	\$ 1.798.500	\$ 1.798.500	\$ 1.798.500
COSTOS DE INVERSIÓN -	-\$	10.058.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FONDOS NETO =	-\$	10.058.000	\$ 3.765.700	\$ 6.104.492	\$ 6.306.473	\$ 6.482.831	\$ 6.631.691

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta, el flujo de caja obtenido, se calcula el año de operación de la microempresa en el cual se estima la recuperación de la inversión. De acuerdo a la tabla 12, se evidencia que, para el segundo año, se recupera la inversión inicial.

Tabla 12 Período Recuperación de Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
AÑO	FLUJO ANUAL	FLUJO ACUMULADO	
1	\$ 3.765.700	\$ 10.058.000	
2	\$ 6.104.492	\$ 16.162.492	
3	\$ 6.306.473	\$ 22.468.965	
4	\$ 6.482.831	\$ 28.951.797	
5	\$ 6.631.691	\$ 35.583.488	

Fuente: Elaboración propia

8.5 Estados Financieros

8.5.1 Balance General

Para conocer el estado patrimonial de la microempresa, realizamos un balance general, teniendo en cuenta los activos y los pasivos, planteados en el plan financiero (ver tabla 13).

Tabla 13 Balance General 2022

Balance General a 31 de Diciembre 2022

ACTIVO	NOTA	SALDOS
ACTIVO CORRIENTE		
efectivos y equivalentes a efectivos	4 \$	2.000.000
cuentas por cobrar	4 \$	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	4 \$	2.000.000
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad planta y equipo	5 \$	533.000
Edificaciones	5 \$	-
Terrenos	5 \$	-
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	5 \$	533.000
TOTAL ACTIVOS	\$	2.533.000
PASIVOS		
Obligaciones financieras	6 \$	-
impuestos por pagar	6 \$	500.000
TOTAL PASIVOS	\$	500.000

PATRIMONIO

Capital	7	\$	168.480.000
utilidades del ejercicio	7	\$	2.288.000
TOTAL PATRIMONIO		\$	170.768.000
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$	171.268.000

Fuente: Elaboración propia

8.5.2 Estado de Resultados 2022

De acuerdo a lo planteado, se elabora un estado de resultados del primer año de funcionamiento de la microempresa, lo cual nos permite medir la rentabilidad, y tener una visión más precisa de la situación financiera que puede presentarse (ver tabla 14).

Tabla 14 Estado de Resultados 2022

Estado de Resultados de 1 enero de 2022 a 31 de diciembre de 2022

INGRESOS	NOTAS	SALDOS
Actividad Comercial	9	\$ 168.480.000
TOTAL INGRESOS		\$ 168.480.000
GASTOS Y COSTOS		
Costos de la actividad	10	\$ 45.360.000
gastos generales		\$ 120.332.000
TOTAL GASTOS Y COSTOS		\$ 165.692.000
UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	11	\$ 2.788.000
Impuesto de renta y complementarios	11	\$ 500.000
UTILIDAD NETA	11	\$ 2.288.000

Fuente: Elaboración propia

8.5.3 Notas Explicativas Estados Financieros

Nota 4: Efectivo y equivalentes al efectivo. El saldo correspondiente al dinero en efectivo poseído a 31 de diciembre de 2022, el valor de las cuentas por cobrar corresponde a aquellas pendientes a los clientes para el primer año la empresa no contara con cuentas por cobrar hasta no lograr el retorno de la inversión (ver tabla 15)

Tabla 15 Nota 4: Efectivo y Equivalentes al Efectivo

ACTIVO	NOTA	SALDOS
ACTIVO CORRIENTE		
efectivos y equivalentes a efectivos	4 \$	2.000.000
cuentas por cobrar	4 \$	-
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	4 \$	2.000.000

Fuente: Elaboración propia

Nota 5: Propiedad, Planta y Equipo e inventarios. Hace referencia a la maquinaria y equipo y herramientas adquiridas para el desarrollo de la actividad comercial, no se cuenta con compra de activos fijos como terrenos y edificaciones (ver tabla 16).

Tabla 16 Nota 5: Propiedad, Planta y Equipo e inventarios

ACTIVO NO CORRIENTE			
Propiedad planta y equipo	5	\$	533.000
Edificaciones	5	\$	-
Terrenos	5	\$	-
TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE	5	\$	533.000

Fuente: Elaboración propia

Nota 6: Pasivo. Hace referencia al cálculo de impuesto de renta presuntivo por pagar, al igual que la deuda adquiridas durante la vigencia en el año 1 la empresa no cuenta con pasivos financieros ni a terceros (ver tabla 17).

Tabla 17 Nota 6: Pasivo.

PASIVOS			
Obligaciones financieras	6	\$	-
impuestos por pagar	6	\$	500.000
TOTAL, PASIVOS		\$	500.000

Fuente: Elaboración propia

Nota 7: Patrimonio. En capital hace referencia al capital obtenido en el año uno, por ingresos obtenidos por la empresa y el valor inicial de la inversión, las utilidades del ejercicio corresponden a la utilidad resultante de la actividad económica (ver tabla 18).

Tabla 18 Nota 7: Patrimonio.

PATRIMONIO			
Capital	7	\$	168.480.000
utilidades del ejercicio	7	\$	2.288.000
TOTAL, PATRIMONIO		\$	170.768.000
TOTAL, PASIVO MAS PATRIMONIO		\$	171.268.000

Fuente: Elaboración propia

Nota 8: Estado de resultados: Corresponde a las cuentas de ingreso, gastos y costos resultante de la actividad económica.

Nota 9: Ingresos: La actividad económica corresponde a los ingresos por ventas en el año uno, de los tres productos, según proyección de unidades producidas y rango de ventas (ver tabla 19).

Tabla 19 Nota 9: Ingresos

INGRESOS	NOTAS	SALDOS	
Actividad Comercial	9	\$	168.480.000
TOTAL, INGRESOS		\$	168.480.000

Fuente: Elaboración propia

Nota 10: Costos y gastos: Corresponde a los costos de producción necesarios para la realización de la actividad, los gastos generales corresponden a funcionamiento del local y comercialización de los productos – Mochilas, Chumbe y Bufandas (ver tabla 20).

Tabla 20 Nota 10: Costos y gastos

GASTOS Y COSTOS			
Costos de la actividad	10	\$	45.360.000
gastos generales		\$	120.332.000
TOTAL, GASTOS Y COSTOS		\$	165.692.000

Fuente: Elaboración propia

Nota 11: Utilidad, provisión para impuesto de renta. La utilidad neta corresponde al resultado de la actividad económica después de descontar la provisión de renta (ver tabla 21).

Tabla 21 Nota 11: Utilidad, provisión para impuesto de renta

UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	11	\$	2.788.000
Impuesto de renta y complementarios	11	\$	500.000
UTILIDAD NETA	11	\$	2.288.000

Fuente: Elaboración propia

8.6 Punto de Equilibrio

Se calcula el punto de equilibrio para saber la cantidad de productos – mochila, chumbe y bufandas, que la microempresa debe comercializar para que los ingresos por ventas sean iguales a los costos, para esto se saca un valor unitario promedio entre los 3 productos (ver tabla 22), el punto de equilibrio de la microempresa se dará al momento de producir 195 unidades (entre los 3 productos).

Tabla 22 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO UNID PRODUCIDAS	
PERIODO	MENSUAL
Costos fijos	\$ 13.749.333
Costos variables	\$ 29.397
Precio de venta	\$ 100.000
P.E	195

Fuente: Elaboración propia

9. Evaluaciones Económicas

9.1 Tasa interna de retorno –TIR, Valor Presente neto – V.P.N, Relación beneficio – costo B/C

Los indicadores financieros nos van a permitir conocer la rentabilidad de la microempresa, para de esta forma decidir si se es viable invertir o no en el emprendimiento. Como tasa mínima de rentabilidad – TIO, se determina un 15%. El VPN, y la TIR, que arroja el proyecto, permite definir que el proyecto es viable (ver tabla 23).

Tabla 23 Indicadores Financieros

INDICADORES	
TIO	15%
VPN	\$21.896.811,45
TIR	45%

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES Y LOGROS

La investigación e identificación del mercado, nos evidencia que es viable y oportuna la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de tejidos y confección indígena de los Resguardos Muisca, mostrando que con productos de calidad, se puede ayudar a las diferentes familias del resguardo indígena no solo dar a conocer nuestra cultura, cosmovisión y el valor cultural sino al aprovechamiento de las fortalezas de nuestra etnia.

En la evaluación efectuada al impacto social podemos deducir que las artesanías y así mismo las artesanas madrecabeza de familia se convierten en poseedoras de historia y sabiduría al momento de que dan inicio a la fabricación de estas simbologías del pueblo Muisca para luego ser comercializados estos productos y que así tengan un buen reconocimiento en el mercado. Así mismo fomentar la participación de las mujeres en la sociedad y dentro de los territorios indígenas, de esta manera dar un significado el hecho de ser una mujer indígena teniendo en cuenta que son ellas quienes dan vida y quienes dan inicio para guiar nuestros caminos en estos espacios de la artesanía propia.

De acuerdo con el plan financiero, se determina que es viable y rentable dar inicio al proyecto de la microempresa, manejando tres productos -Mochila, Chumbe y Bufandas, utilizando como una única materia prima la lana virgen, y mano de obra de madres comunitarias que conocen del tema artesanal, lo que le da un valor agregado a la microempresa.

Pudimos identificar en el proceso que es un negocio rentable, beneficioso y con un impacto para la comunidad la cual requería una atención administrativa con el que pudiéramos lograr un trabajo sólido y viable para presentar frente a las autoridades y los grupos correspondiente de aprobación de nuestro cabildo. Así mismo mejoramos la calidad de

vida y empleabilidad de las madres tejedoras que por la emergencia sanitaria han parado sus actividades comerciales ya que carecen en el conocimiento del E-commerce.

Con este proyecto lo que buscamos como estudiantes indígenas de la facultad de ciencias administrativas y económicas es sensibilizar sobre la importancia de seguir trabajando colectivamente, y de la costumbre que se viene perdiendo sobre las prácticas de la realización de artesanías alrededor de las familias indígenas de este cabildo indígena.

Po lo tanto esta la investigación dará inicio a una nueva alternativa de 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.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Artesanías de Colombia. (2017). *Legado Muisca*

<https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/legado-muisca-en-la-feria-bogota->

[artesanial_10865](#)

Correa, F. (2005) Sociedad y naturaleza en la mitología muisca. Revista Tabla Rasa. No 3. 197-222. Bogotá: Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

DANE. (2005). Censo Nacional

Giraldo de Puech, María de la Luz. (1986). Así éramos los Muiscas. Bogotá, Banco de la República.

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,e1%2022%20%25%20del%20territorio%20planetario.&text=Muchos%20pueblos%20ind%C3%ADgenas%20siguen%20enfrentando,otras%20violaciones%20de%20derechos%20humanos.>

Langebaek, C. H (1985). Mercados y circulación de productos en el Altiplano Cundiboyacense. Bogotá, Colombia: Universidad de Los Andes

Ministerio del Interior (S.f) Pueblo Muisca. Bogotá, Colombia: Ministerio del Interior



Organización indígena de Colombia. (2020). *ONIC*. Obtenido pueblos indígenas: <https://www.onic.org.co/pueblos>

Tavera, G. (1994) Tejido precolombino, inicio de la actividad femenina. Bogotá. Universidad delos Andes.

UNESCO. Simposio UNESCO/CCI «La artesanía y el mercado internacional: Comercio y codificación aduanera» (en línea). 6-8 de octubre de 1997.

Recuperado en 2010, de

http://portal.unesco.org/culture/es/ev.phpURL_ID=35418&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.