

CREACIÓN DE EMPRESA – COMERCIALIZADORA ARTESANIAS RAQUIRÁ
COARTES

INTEGRANTES

JINETH PAOLA CARDENAS

ANDREA MARTINEZ TORRES

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

OPCION DE GRADO 2

BOGOTA D.C.

2017

CREACIÓN DE EMPRESA – COMERCIALIZADORA ARTESANIAS RAQUIRÁ
COARTES

INTEGRANTES

JINETH PAOLA CARDENAS

ANDREA MARTINEZ TORRES

DOCENTE:

ERVIN RODRIGUEZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

OPCION DE GRADO 2

BOGOTA D.C.

2017

Tabla de contenido

Misión	4
Visión.....	5
Palabras clave.....	6
Introducción	7
Idea de negocio	13
Justificación	15
Antecedentes.....	16
Clase de producto.....	17
Sector económico.....	18
Objetivos	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos	19
Análisis del entorno	20
Fuerzas de Porter.....	20
Análisis pesto	21
Cadena de valor.....	22
Recursos	23
Competencia	24
Valores corporativos	25
Ventaja competitiva	26
Factores clave de éxito.....	27
Investigación de mercado	29
Mercado objetivo	29
Encuesta	29
Análisis de la encuesta	33
Plan de marketing	41
Conclusión	43

Misión

Dar a conocer a la población colombiana y extranjera la diversidad de productos “artesanías” originarios de la región Ráquira – Boyacá elaborados por campesinos de dicha región con técnicas tradicionales, comercializados y distribuidos por COARTES.

COARTES no solamente busca un beneficio económico, trabaja constantemente por brindarle una mejor calidad de vida a los artesanos capacitándolos, pagando precios justos dentro de los tiempos pactados, entregando incentivos para fomentar esta cultura y trabajo de generación en generación, ya que son la columna vertebral del negocio.

Visión

COARTES será una empresa comprometida con el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de la región artesanal colombiana Ráquira, donde se pretende para el 2021 tener una estructura económica robusta con capacidad de distribución en masa a nivel nacional e internacional, de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes.

Como comercializadora reconocemos la labor de los artesanos colombianos y toda su riqueza cultural, fomentamos el debido uso de los recursos naturales y su aprovechamiento.

Palabras clave

Artesanía, desarrollo, sostenibilidad, Ráquira, objeto decorativo, internacionalización, recursos naturales.

Introducción

Colombia es uno de los países reconocidos por su diversidad cultural en las diferentes regiones, se considera esta como una de las grandes esencias de la humanidad, es un país de grandes riquezas de diferentes tipos como lo son sus océanos, esmeraldas, flora y fauna, arte, cultura, entre otros.

Existen comunidades diversas, entre ellas los Afrocolombianos, raizales, palenqueros, gitanos, pueblos indígenas, comunidades campesinas, mestizos, y comunidades originadas en migraciones externas que enriquecen el mosaico cultural del país.

Debido a la diversidad cultural en Colombia se hablan más de 60 tipos de lenguas donde cada región tiene diferentes tipos de costumbres, formas de vida, religiones, ingenio, se desprenden de ello múltiples ideas de aprovechamiento de los recursos con los que disponen (en su mayoría naturales, que están al alcance de la mano).

Colombia está dividida en regiones donde gracias a su ubicación geográfica y el aprovechamiento de los recursos tienen diferentes formas de vida, entre ellos sobresalen la agricultura, la ganadería, la acuicultura, la porcicultura, trabajos artesanales, entre otros.

Cabe resaltar en el presente escrito la importancia para el país del sector artesanal, en Colombia existen alrededor de 350.000 artesanos, es una de las actividades que generan mayor reconocimiento e ingresos al país, donde viven cerca de un millón de colombianos de forma directa e indirecta, siendo el 65% de ello mujeres ubicadas en sectores como la costa atlántica, eje cafetero, Nariño, Boyacá, putumayo, Santander y Tolima.

De acuerdo con la región que se analice podrá encontrar un artículo propio de la cultura que tiene el sello colombiano, donde detrás de ello hay dibujadas miles de historias, donde sobre sale la perfección de cada artículo, el ingenio y creatividad de cada artesano y su riqueza cultural.

Podemos hacer un viaje por las diferentes regiones donde mencionaremos el artículo que caracteriza cada región, el Sombrero vueltiao por ejemplo, típico del resguardo Zenú, elaborados con la fibra natural de la caña flecha, cada sombrero lo elaboran con trenzas de la caña, dependiendo el ancho del sombrero se determina su calidad y costo, siendo los de las trenzas más delgadas los más finos y costosos.

Las mochilas Wayuu de origen guajiro, este es uno de los accesorios más reconocidos y más comercializados, se identifica como el símbolo de la creatividad y la sabiduría del pueblo, se destaca por la diversidad de colores y figuras que en cada una de ellas se plasma, otros artículos típicos de esta región son las hamacas, chinchorros, mantas, etc.

Las cerámicas del Carmen de Viboral en el oriente de Antioquia, sus artesanos se dedican a la elaboración de cerámicas, entre los productos más reconocidos son las vajillas blancas pintadas a mano con diseños florales.

Ráquira departamento de Boyacá, conocida como la capital artesanal de Colombia, sus artesanos elaboran pailas, ollas, pocillos, alcancías, matera, figuras humanas, imágenes religiosas, etc.

Valle del río Suaza, departamento del Huila, elaboran el reconocido sombrero de Suaza, de color blanco, elaborado en iraca, este es un elemento insignia de los ganaderos de la región, es el sombrero de mayor valor en el mercado colombiano.

San Jacinto, departamento de Bolívar, pueblo artesano de raíces africanas e indígenas, los productos que elaboran son hamacas, tapices, tejidos, etc.

Guacamayas población Boyacense, sus artesanías son elaboradas en paja y fique, cestería en rollo de diversidad de colores, son utilizadas para recolectar alimentos, para guardar diferentes tipos de artículos que tienen uso doméstico y decorativo.

Sandoná, departamento de Nariño, trabajan con la paja toquilla y la fibra de palma de iraca, está la clasifican de acuerdo a su color y finura, elaboran el sombrero de Sandoná reconocidos por su elegancia, finura y distinción.

Sombrero aguadeño elaborado con paja de Iraca, reconocido por su perfección en los detalles, elaborado en Caldas Aguada utilizado por campesinos y actualmente como accesorios de moda, muy valorado por los jóvenes.

Pasto departamento de Nariño, elaboran artesanías en mopa mopa (barniz de pasto), nombre utilizado del árbol de donde sacan las materias primas, con la sangre de dicho árbol sacan la pintura con la que pintan las artesanías.

Colombia CO en su página web <http://www.colombia.co> indica, ***“las artesanías de Colombia se han posicionado como mercancías de alta calidad y variedad que constituyen una de las cartas de presentación que tenemos ante el mundo. Nuestra amplia geografía y cultura, así como la experta utilización de materiales que implementan nuestros artesanos, son algunas de las características que el país posee en este sector”, Colombia ha logrado perfilarse a nivel internacional como productor artesanal tipo exportación.***

Con toda la riqueza que tiene Colombia en cada una de sus regiones resulta interesante preguntarse qué tan beneficiados y bien pagados son los artesanos que día a día dejan su alma en cada una de las artesanías que decoran los hogares colombianos y extranjeros, tienen todas las garantías en pensión y salud?, tiene una buena calidad de vida?, conocen ellos el precio por el cual son vendidos sus

productos en el extranjero?, tienen sus hijos acceso a la educación?, existen entidades que apoyen su labor sin quedarse con el 80% de las ganancias?, son miles las preguntas que como estudiantes nos hacemos para identificar porque no ha crecido este sector como se espera en nuestro país, vamos a realizar un análisis de los cuestionamientos anteriormente mencionados.

En el tomo II del ministerio de desarrollo económico indica que la población artesanal en Colombia posee un 17% de analfabetismo, una cifra mayor a la general de todo el país que es del 13%, por otra parte indica que la mitad de la población artesanal no ha superado la educación primaria, solo lo han logrado el 18% de la población, en educación secundaria la han superado solamente el 8% de la población.

Cifras alarmantes ya que en términos numéricos es bastante escasa la educación para esta población, también se detecta como un impedimento para que el sector se desarrolle ya que se vuelve un poco limitada la creatividad de los artesanos, no conocen ni saben manejar las herramientas tecnológicas que día a día se van creando, que facilitarían el costo de fabricación y la cantidad de tiempo empleado para cada producto, al perfeccionamiento de técnicas e innovación, a falta de creatividad en muchos casos se ve la copia visual, consiste en captar visualmente los diferentes diseños desarrollados en otras regiones y reproducir una imitación.

Según el ministerio de cultura la falta de educación en este sector limita al gobierno en el aprovechamiento de las capacitación por parte de los artesanos ya que no cuentan con las bases mínimas educativas para acceder a ellos y no les interesan día a día adquirir mayores conocimientos para crecer como empresarios, se ve poca asistencia a los diferentes cursos que se ofrecen, donde se les da a conocer herramienta de implementación que pueden utilizar en su diario vivir, un asunto realmente preocupante ya que no se está haciendo las explotación total de la riqueza que tiene nuestro país, existe el vacío donde el gobierno tiene la obligación de intervenir

para que próximas generaciones crezcan con un pensamiento diferente, donde valoren la riqueza que tienen y sepan sacar el mayor provecho a ello, donde les permita tener calidad de vida propia de un artesano Colombiano y desaparezcan esas imágenes de pobreza extrema que vemos a diario.

En cuanto a las organizaciones gremiales en el sector artesanal es mínimo, ya que corresponde particularmente al sector urbano, más del 85% de la población artesana no está agremiada, lo que es una limitante para el país en la toma de decisiones, en planes de gestión y negociación.

La organización productiva en el sector artesanal es mínima, no se maneja la división del trabajo ni la especialización en la preparación y/o transformación de la materia prima, no conocen ni manejan el constante cuidado de los recursos naturales que como ya lo sabemos son agotables, no conocen las posibilidades de comercializar los productos directamente en otros sectores (solo conocen la comercialización directa en la región), estrategias de mercadeo, eventos comerciales, ni mucho menos sobre el proceso de exportación, que a pesar de que han crecido con el paso del tiempo no lo han hecho como se esperaba, más aun cuando existe tratados de libre comercio con otros países donde Colombia tiene un gran mercado con buenos precios.

Estados unidos es el principal comprador, seguido por México, Chile, Bélgica, Canadá, donde se aprecian estos productos y su valor cultural, debido a que son productos de alta calidad y elaborados a mano.

La intervención del estado a favor de los artesanos la realizan a través de las alcaldías, Umatas, Sena, que colaboran con el desarrollo del sector artesanal donde se disponen diversidad de recursos (financieros y humanos), donde se busca rescatar tradiciones artesanales y surgimiento de empresas productivas.

Como resultado del TLC con nuestro principal cliente “EE. UU.”, es necesario que se trabaje de las dos partes, por un lado, del gobierno donde ofrezca subsidios, préstamos a bajo interés, capacitaciones en creación de empresa, especialización en mano de obra, cuidado de los recursos naturales, educación básica y secundaria garantizada, conocimiento sobre marcas y certificación que proteja a los artesanos y sus creaciones (OMPI). Por el lado de los artesanos deben tener la disponibilidad para aprender, arriesgarse, innovar, salir de la zona de confort donde su trabajo no solo les permita tener que comer y donde dormir, sino que obtengan gracias a ello una calidad de vida, donde paso a paso puedan crear su propia empresa con miras a la exportación.

Para que ello se logre se deben mantener estándares de calidad, volúmenes de producción, bajos costos y capacidad de oferta en grandes volúmenes.

Idea de negocio

Consiste en crear una comercializadora de artesanías originarias de Ráquira – Boyacá donde se pretende aprovechar la riqueza del patrimonio cultural con el que cuenta la región, ya que no ha sido explotada a falta de interés por parte de los empresarios.

Aprovecharemos las herramientas de tecnificación, innovación y de marketing actualmente existentes para lograr mostrar al mercado nacional e internacional la diversidad de riqueza colombiana y su valor.

Nuestro proyecto pretende incluir como uno de los beneficiados a todos los artesanos que dedican su vida al arte de crear productos representativos colombianos que no han sido beneficiados como se debe por el hecho de trabajar en este oficio, buscando una alianza donde las dos partes sean beneficiadas económicamente.

Funcionamiento:

Iniciaremos con la adquisición de las artesanías directamente en Ráquira donde dispondremos de una bodega con capacidad de almacenaje y excelente ubicación, esta bodega atenderá a sus proveedores “artesanos” para abastecimiento los días lunes, miércoles y sábados.

Comunicaremos a los artesanos por diferentes medios sobre la forma de negociación, beneficios y requisitos necesarios para poder crear alianzas comerciales con COARTES, entre ellos perifoneo, visitas y volantes informativos.

Las utilidades para COARTES es del 50% sobre el precio de producción del artesano, para las ventas de exportación el costo del producto será en termino FOB sea marítimo o aéreo donde el comprador asumirá los riesgos y costos necesarios para disponer del producto en el país de destino, los tiempos de entrega serán de acuerdo con el stock de productos disponibles y los requerimientos del comprador.

Los medios de pago para ventas locales y al por menor serán en efectivo, tarjeta débito, crédito, pagos en línea; para ventas de exportación el pago será del 60 % para iniciar producción y disponer de los productos en lugar de embarque y el 40 % restante una vez se emita documento soporte de embarque.

Nuestro principal punto de venta se encontrará en el centro de la ciudad de Bogotá, en donde buscaremos captar la mayor concentración y atención de capitalinos y extranjeros debido a que es un lugar que acoge toda clase de cultura

Crearemos una página web donde cualquier persona desde cualquier parte del mundo podrá conocer nuestra empresa (misión, visión, historia, objetivos), nuestros productos y precios, datos de contacto, pre-liquidaciones, buzón de quejas y sugerencias, chat y llamadas gratuitas directas desde la página web.

Será una página interactiva y de fácil uso para cualquier persona que desee conocernos.

Nuestra publicidad será el principal factor en el que trabajaremos para generar recordación y reconocimiento, lo haremos a través de canales como la radio, periódicos, volantes, redes sociales, pagina web y voz a voz.

Justificación

El presente proyecto tiene como propósito entender, analizar, utilizar las herramientas existentes e información documental donde se tenga claridad de los requisitos y pasos que requieren para crear una empresa exitosamente; comprender que para lograr el éxito se requiere de trabajo constante, inversión y sacrificio para llegar a la meta propuesta.

Crear una idea de negocio viable donde se analicen todos los aspectos económicos, políticos y sociales que puedan llegar a afectar y/o favorecer la creación de una empresa, aprovechando los recursos de los que se disponga para generar mayor rentabilidad y beneficiar a una región.

Antecedentes

Uno de nuestros grandes tesoros es la herencia cultural histórica que dejaron nuestros ancestros, por ejemplo, la riqueza cultural de la región Ráquira ubicado a 45 minutos de la capital de Boyacá y a 3 horas de Bogotá, su cerámica es reconocida mundialmente, así como lo son el café o el tequila mexicano, porque sus habitantes tienen la capacidad de convertir el barro en obra de arte de incomparable belleza y un gran contenido histórico y cultural.

El barro que se amasa en las rojas tierras de Ráquira no solamente entremezcla los elementos propios de la artesanía si no que cuenta la historia de un pueblo que ha moldeado su pasado y su presente para que su futuro sea igual de reconocido, han convertido la tierra que pisan en maravillosas obras de arte dándole vida a una historia.

Continúan con un legado que se ha visto amenazado por la industrialización y los nuevos mercados en donde hasta una artesanía está en peligro de desaparecer.

Además de ser un negocio es una historia y una tradición familiar; pese a la industrialización, a las nuevas formas de mercadeo y a la globalización los artesanos de Ráquira siguen entregando su trabajo al mundo y los siguen entregando a las nuevas generaciones.

Clase de producto

Es un producto de alfarería y cerámica artesanal elaboradas en el municipio de Ráquira mediante el manejo de técnicas tradicionales utilizando materias primas básicas como arcilla roja, morada y blanca extraídas del mismo municipio con finalidades utilitarias y decorativas que tienen acabados característicos y estilos tradicionales indígenas.

Sector económico

El presente proyecto pertenece a el sector terciario y tiene tendencia al sector secundario, puesto que la actividad económica es distribuir productos elaborados a mano.

Se habla del sector secundario o industrial ya que trata de actividades relacionadas con la transformación de materias primas en este caso arcilla utilizada para la fabricación de productos artesanales.

En el sector terciario ya que como empresa nos dedicamos a la distribución nacional e internacional de los productos donde se ven beneficiados el comercio, transporte, educación y la comunidad.

Objetivos

Objetivo general

Se realiza un proyecto de creación de empresa donde se estudia la viabilidad de la introducción de un producto al mercado, su costo y estrategias de marketing.

Objetivos específicos

- Analizar e identificar necesidades en el mercado para proponer un producto que no ha sido explotado al 100%.
- Estudiar el mercado actual (oferta/demanda)
- Identificar proveedores que manejen técnicas propias de productos de alta calidad dentro de los tiempos y costos adecuados para que se logre una distribución y comercialización efectiva.
- Crear un plan de distribución que permita estandarizar tiempos y costos con el fin de ser competitivo en el mercado.
- Fijar precios dejando un margen de ganancia del 50%.
- Ubicar posible competencia y dar un valor agregado
- Crear una marca y slogan que generen recordación sobre los productos que se comercializan.

Análisis del entorno

Fuerzas de Porter

AMENAZAS – NUEVAS COMPETENCIAS

- Valor agregado
- Canales de distribución
- Barreras de ingreso al mercado

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Productos de alta calidad de los que se puede exigir un buen precio

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

- Variedad en precios
- Beneficios arancelarios

PODER NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

- Poder de negociación por facilidad de cambio de proveedor
- Diversidad de usuarios

AMENAZAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS

- Sustituídos por productos decorativos para el hogar
- Menor precios
- Acceso más fácil

Análisis pesta

Comercialización Artesanías De Ráquira – Boyacá Coartes	
<p style="text-align: center;">POLÍTICO</p> <p>El gobierno nacional acoge el interés del sector de Comercio, Industria y Turismo, donde las iniciativas de desarrollo empresarial, transformación productiva, competitividad, turismo y artesanías, confluyen en una iniciativa específica que permita la integración de las cadenas productivas y las estrategias propias de cada sector.</p> <p>El Gobierno colombiano anima a los artesanos a servirse del sistema de propiedad intelectual para proteger sus creaciones y obtener una remuneración equitativa por sus esfuerzos, así como para preservar el patrimonio nacional del país para las generaciones futuras.</p>	<p style="text-align: center;">ECONÓMICO</p> <p>La economía que atraviesa el país nos permite la apertura de nuevos mercados y negocios. Adicionalmente, existen apertura de créditos para PYMES.</p> <p>Este sector, que contribuye notablemente a la economía nacional, cuenta con unos 350.000 artesanos, de los cuales aproximadamente el 60% procede de zonas rurales y de comunidades indígenas, y el 65% son mujeres.</p>
<p style="text-align: center;">SOCIAL</p> <p>Las creaciones de ingresos por medio del desarrollo de las artesanías ayudan a que los campesinos lleven un mejor estilo de vida y a mejorar la educación y capacitación de las generaciones futuras.</p>	<p style="text-align: center;">AMBIENTAL</p> <p>No hay restricciones medio ambientales en el uso de materias primas.</p>
<p style="text-align: center;">TECNOLÓGICO</p> <p>Para la fabricación de artesanías no se requieren de grandes avances tecnológicos, sin embargo, para producción en masa se ha buscado la especialización de los procesos llegando a la utilización de hornos eléctricos o de gas. Esto también se debe a la conciencia ambiental.</p>	

Cadena de valor

Logística interna: se realiza compra a los artesanos quienes pondrán a nuestra disposición la mercancía en nuestra bodega ubicada en el municipio de Ráquira, se dispondrá de un equipo de logística quienes acondicionarán la mercancía para su distribución (rotulado y empaque) de acuerdo con los pedidos de los clientes se les apoyará en todos los temas de logística y manipulación para que los productos lleguen en buen estado a su destino.

Logística externa: A través de nuestro punto de venta en la ciudad de Bogotá se comercializarán nuestros productos por mayor y al detal de acuerdo con la necesidad del consumidor.

Marketing y ventas: se trabajará arduamente en dar a conocer nuestros productos al mercado a través de las herramientas disponibles para este fin, en lo que refiere a las ventas estarán disponibles los diferentes canales para que cada uno de nuestros clientes puedan adquirir nuestros productos de acuerdo con su necesidad.

Servicio post- venta: luego de que se ha logrado una venta se realizará una breve encuesta al comprador cuestionando su nivel de satisfacción, resultados que serán utilizados para retroalimentación, estudio y fortalecimiento de nuestra compañía; a cambio de ello el comprador tendrá un cupón de descuento para su próxima compra.

Recursos

Se dispone de un capital óptimo para llevar a cabo la presente idea de negocio.

Competencia

En el sector artesanal existen varias compañías quienes fabrican y comercializan productos similares, quienes nos son fuertes en la diversidad de productos, publicidad y marketing.

Entre ellas se encuentran la compañía **“Todo Ráquira”**, quien tiene los mismos propósitos que nuestra compañía, pero no trabajan en inversión para el crecimiento de su infraestructura organizacional, marketing y publicidad; siendo herramientas importantes para mantenerse en el mercado.

Valores corporativos

Integridad:

Actuamos coherentemente con firmeza, honestidad y sinceridad obrando siempre bien.

Responsabilidad:

Tenemos la habilidad para responder por los compromisos adquiridos con motivación, decisión y disciplina.

Respeto:

Desarrollamos la sensibilidad para reconocer y valorar a las personas, el medio ambiente y los bienes de la organización propiciando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Excelencia:

Somos personas que se esfuerzan por cumplir con sus responsabilidades con calidad excepcional, buscando el mejoramiento continuo y la máxima innovación, para conseguir resultados óptimos.

Calidez:

Ofrecemos un trato amable y digno para con cada uno de nuestros aliados.

Ventaja competitiva

- 1.** Valor agregado en cada uno de los productos donde se venden calidad, diseño, diversidad y arte.
- 2.** Comercializamos productos a precios justos de alta calidad.
- 3.** Somos una compañía que genera confianza al consumidor ya que es una organización bien estructurada.
- 4.** Damos cumplimiento a los tiempos pactados con el cliente.
- 5.** Trabajamos arduamente en reconocimiento y posicionamiento de nuestra marca y empresa.

Factores clave de éxito

Para que nuestra idea de negocio tenga éxito consideramos la importancia de los siguientes aspectos:

1. Inyección de capital:

Para el sostenimiento de una empresa es necesario una inyección de capital constante durante un periodo determinado mientras este genere ingresos por las ventas realizadas.

2. Productividad:

Máximo aprovechamiento de los recursos donde se busca ser cada vez mas eficiente y competitivo.

3. Calidad y servicio:

Lograr un alto nivel de satisfacción de los clientes, a través de los productos que ofrecemos.

4. Innovación y mejora continua:

Aprovechar al máximo las herramientas con las que cuenta la empresa para crecer día a día gracias a nuestros constantes esfuerzos.

5. El Poder de negociación:

Contar con un equipo humano dedicado al área comercial donde se busque entablar lazos de confianza y compromiso con nuestros clientes y proveedores.

6. El Posicionamiento de marca e imagen:

Lograr el mayor reconocimiento de nuestra marca gracias al constante trabajo de nuestro equipo de publicidad donde se busque mantener el buen nombre de nuestra empresa.

Investigación de mercado

Mercado objetivo

Son todas las personas con poder adquisitivo que deseen adquirir productos artesanales con edades entre 16 a 70 años, que residan o visiten la ciudad de Bogotá con intenciones de compra al detal o al por mayor.

Encuesta

Con esta herramienta se busca identificar las necesidades del consumidor, sus preferencias, poder adquisitivo e interés sobre las artesanías de Ráquira.

La presente encuesta tiene como finalidad conocer que tan atractivo puede llegar a ser los productos de la capital artesanal de Colombia, para nosotros es muy importante conocer su opinión, pues nos permitirá entender las preferencias y tendencias del mercado.

1.Edad:

A. 15 – 20

B. 21 – 25

C. 26 – 30

D. 31 – 35

E. 36 – 40

F. 40 – 45

G. Mayor o iguala a 46

2. ¿Conoce usted las artesanías de Ráquira?

A. Si

B. No

3. ¿Le parece interesante adquirir un producto de esta región?

A. Muy interesante

B. interesante

C. poco interesante

D. Nada interesante

4. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del producto?

A. Facilidad de adquisición

B. Precio

C. Diseño

D. Comodidad

E. Ninguna de las anteriores

5. ¿Cuál sería la razón por la que no le atraería el producto?

A. No lo necesita

B. Alto precio

C. No me gusta el diseño

6. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿Lo compraría?

- A. Sí, por que me gustan los diseños
- B. Sí, pero me gustaría conocer la cultura
- C. No, no lo compraría

7. ¿Compraría este producto independientemente del precio?

- A. Si lo compraría
- B. Probablemente
- C. No lo se
- D. No me interesa

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

- A. \$0 - \$50.000
- B. \$50.000 – 100.000
- C. \$100.000 – \$150.000
- D. \$150.000 – 200.000

9. ¿Le gustan las artesanías indígenas?

- A. Me fascinan
- B. Algunas me agradan para obsequios

C. No me gusta ninguna artesanía

10. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

A. Anuncios de prensa o revista

B. Correo Electrónico

C. televisión

D. Folletos

E. Radio

F. Internet

11. ¿Dónde le gustaría adquirirlo?

A. Almacén especializado

B. Almacenes de cadena

C. Ventas ambulantes

D. Grandes superficies

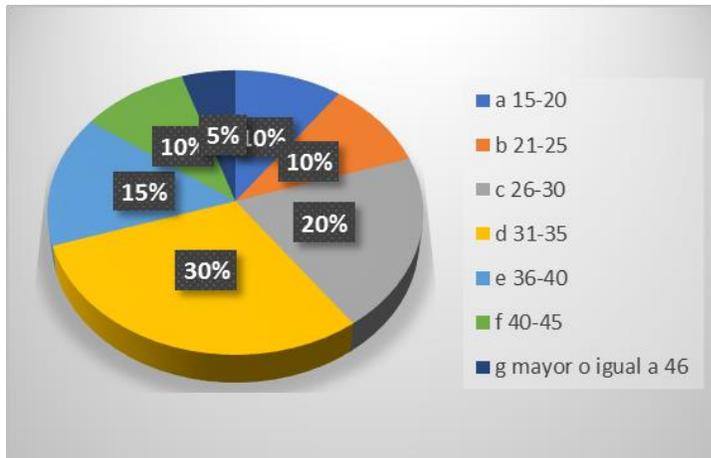
Agradecemos el tiempo que se ha tomado para llenar esta encuesta, su opinión es muy importante para nosotros.

Análisis de la encuesta

La encuesta anterior fue aplicada a 100 personas de las cuales obtuvimos los siguientes resultados:

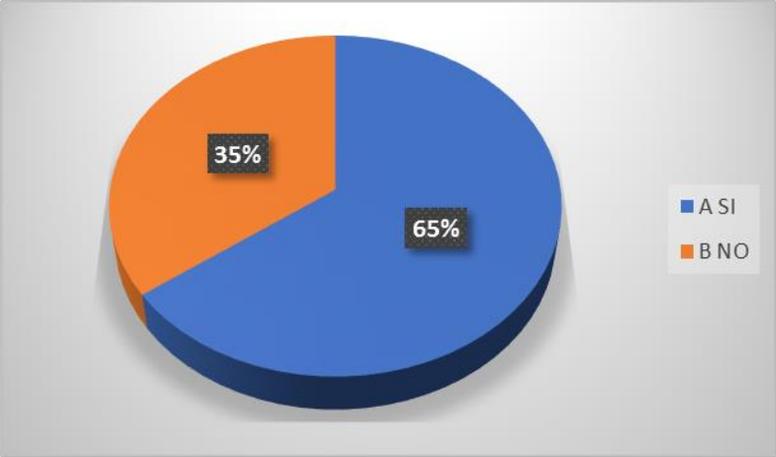
1. Podemos evidenciar las edades de las personas encuestadas.

a	15-20	10%
b	21-25	10%
c	26-30	20%
d	31-35	30%
e	36-40	15%
f	40-45	10%
g	mayor o igual a 46	5%



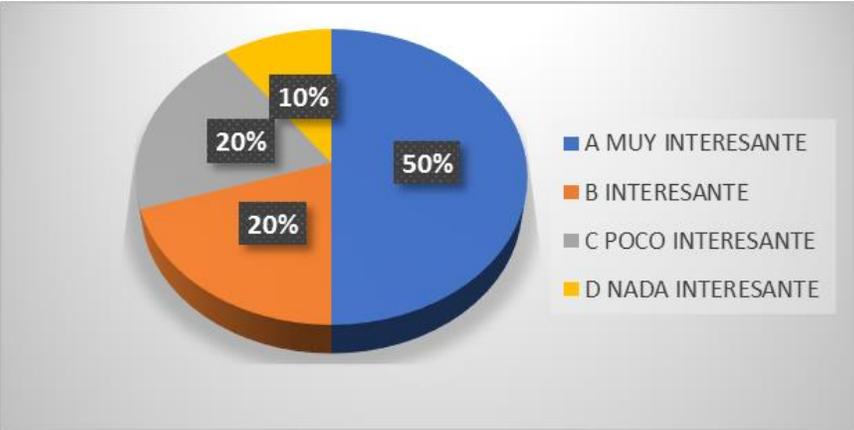
2. Determinamos que el 65% de las personas conocen del producto

A	SI	65%
B	NO	35%



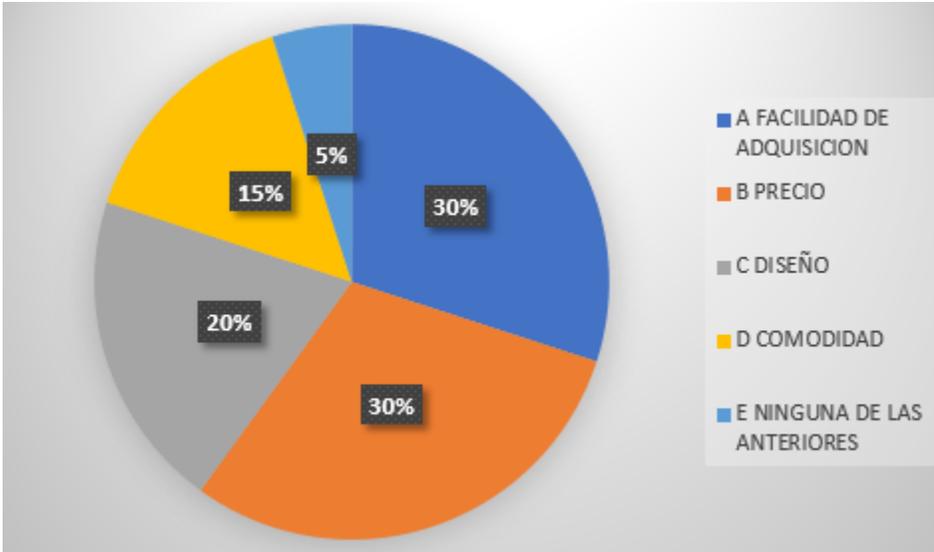
3. Evidenciamos que a las personas encuestadas les parece muy interesante comprar este tipo de productos.

A	MUY INTERESANTE	50%
B	INTERESANTE	20%
C	POCO INTERESANTE	20%
D	NADA INTERESANTE	10%



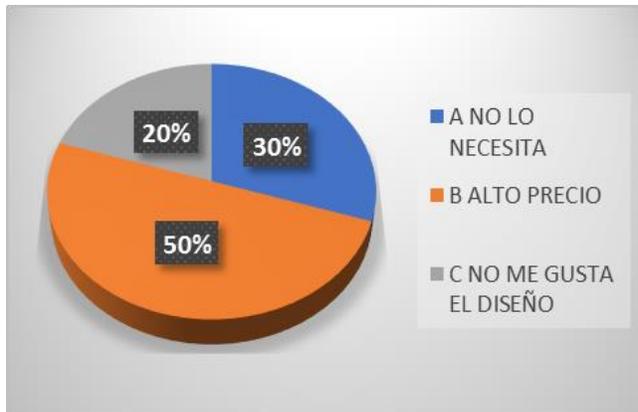
4. Determinamos que a las personas le atrae los productos por su precio y fácil adquisición.

A	FACILIDAD DE ADQUISICION	30%
B	PRECIO	30%
C	DISEÑO	20%
D	COMODIDAD	15%
E	NINGUNA DE LAS ANTERIORES	5%



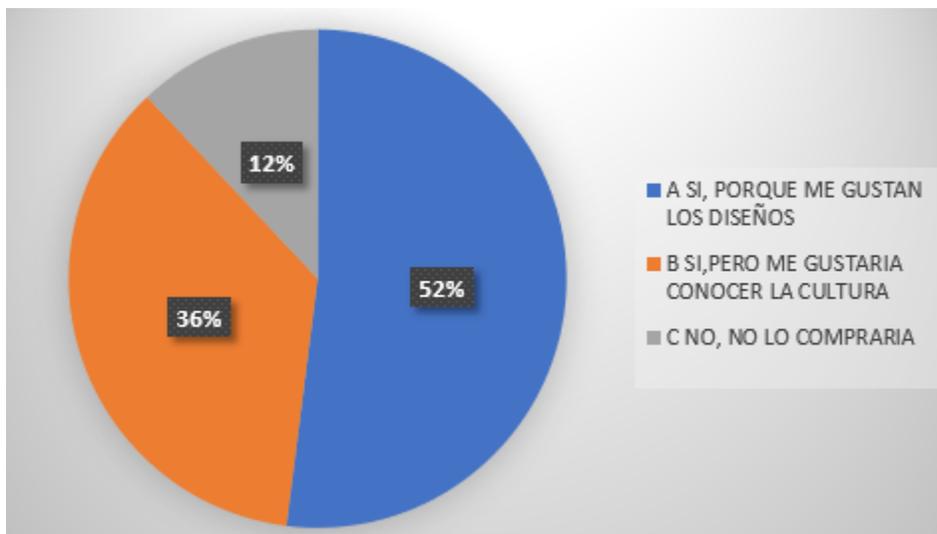
5. Determinamos que el 50% de las personas encuestada , no le interesarían los productos si su precio fuera elevado

A	NO LO NECESITA	30%
B	ALTO PRECIO	50%
C	NO ME GUSTA EL DISEÑO	20%



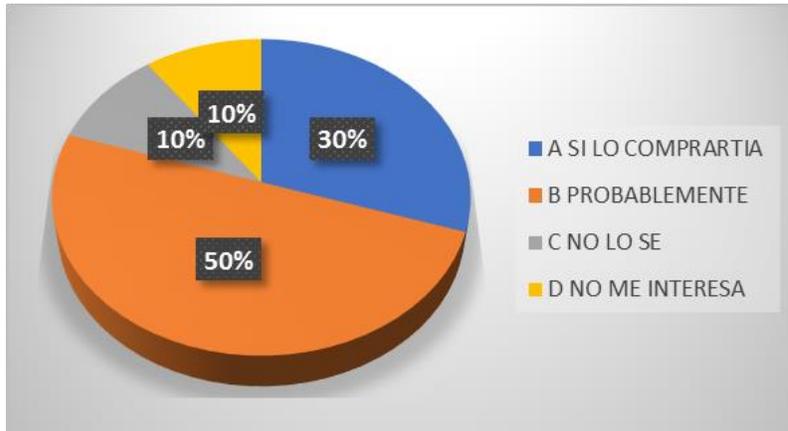
6. El 52% de las personas lo comprarían por los diseños.

A	SI, PORQUE ME GUSTAN LOS DISEÑOS	52%
B	SI, PERO ME GUSTARIA CONOCER LA CULTURA	36%
C	NO, NO LO COMPRARIA	12%



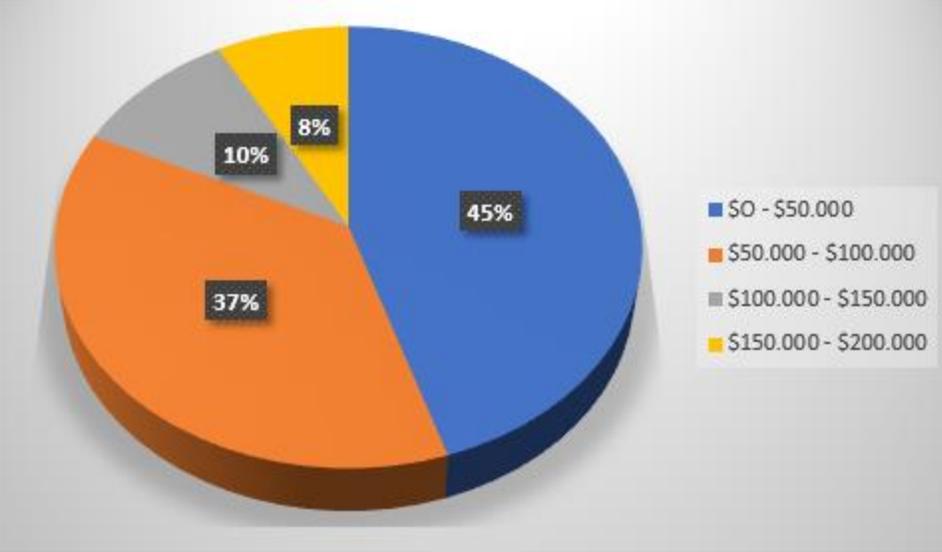
7. Podemos ver que el 50% de las personas encuestadas probablemente comprarían el producto

A	SI LO COMPRARTIA	30%
B	PROBABLEMENTE	50%
C	NO LO SE	10%
D	NO ME INTERESA	10%



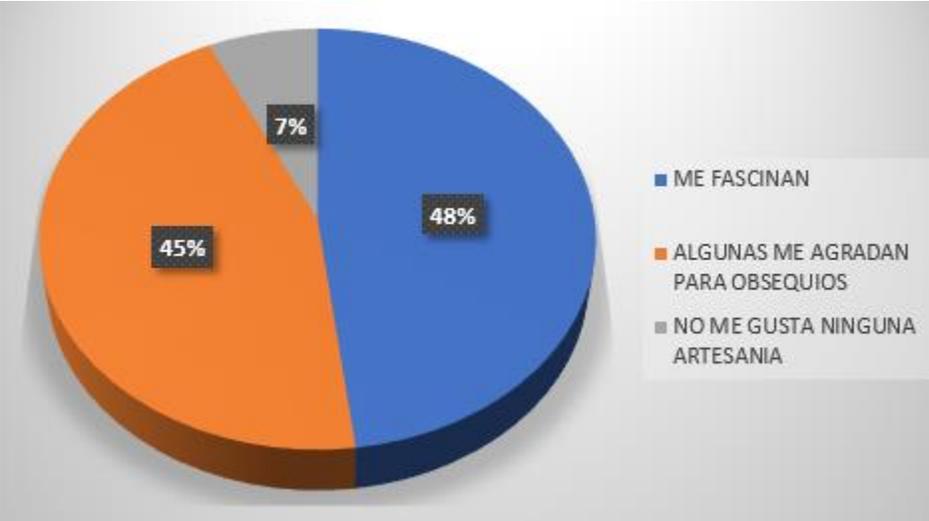
8. Determinamos que el 45% de las personas pagarían hasta \$50.000 por nuestros productos.

A	\$0 - \$50.000	45%
B	\$50.000 - \$100.000	37%
C	\$100.000 - \$150.000	10%
D	\$150.000 - \$200.000	8%



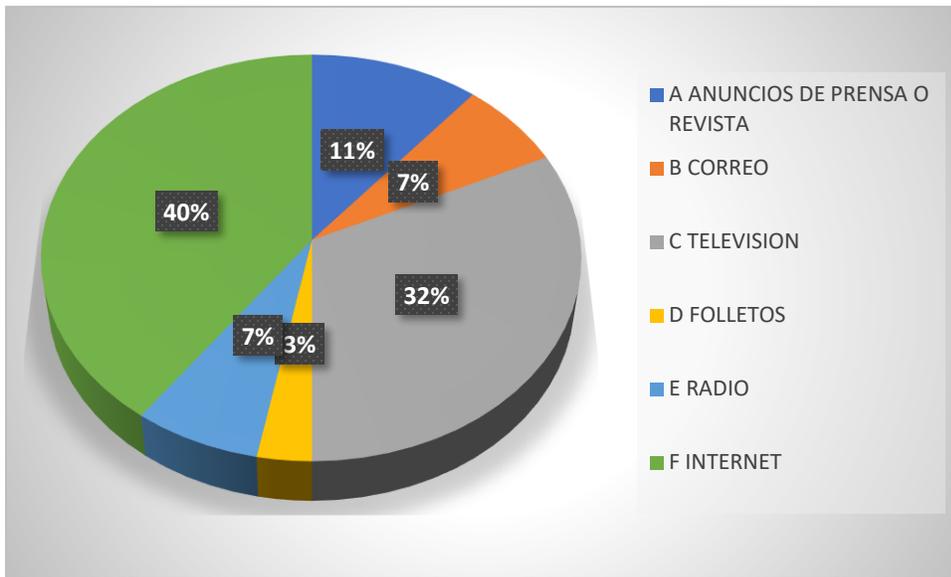
9. Determinamos que a los encuestados le fascina las artesanías

A	ME FASCINAN	48%
B	ALGUNAS ME AGRADAN PARA OBSEQUIOS	45%
C	NO ME GUSTA NINGUNA ARTESANIA	7%



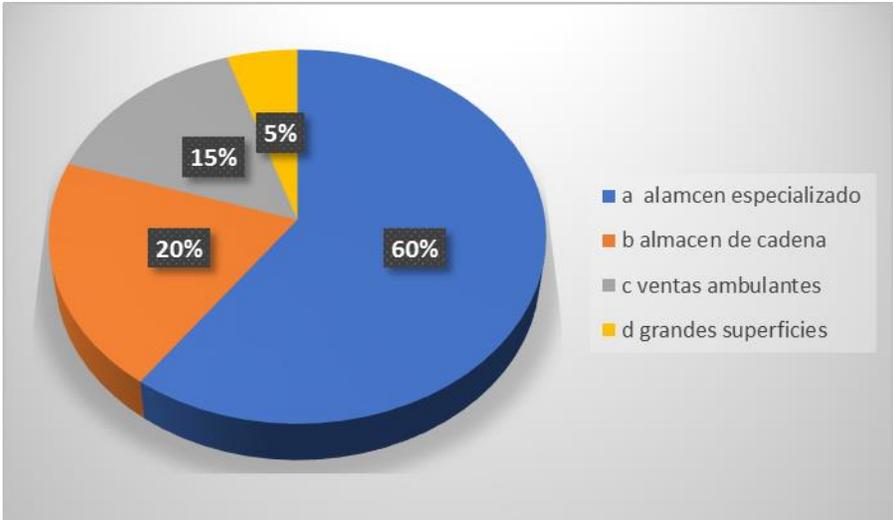
10. El mejor canal para brindar información es a través de internet

A	ANUNCIOS DE PRENSA O REVISTA	11%
B	CORREO	7%
C	TELEVISION	32%
D	FOLLETOS	3%
E	RADIO	7%
F	INTERNET	40%



11. Podemos determinar que las personas prefieren adquirir los productos e almacenes especializados.

A	ALMACEN ESPECIALIZADO	60%
B	ALMACEN DE CADENA	20%
C	VENTAS AMBULANTES	15%
D	GRANDES SUPERFICIES	5%



Concluimos que los productos que pretendemos comercializar tendrían una gran acogida, ya que un gran porcentaje de los encuestados los adquirirían por su belleza, historia, precio y comodidad en adquisición.

Plan de marketing

Objetivo:

Luego de un arduo trabajo durante 6 meses se espera lograr un reconocimiento de la empresa y su marca de un 30% de la población bogotana quienes nos recordaran como una empresa nueva en el mercado que comercializa productos artesanales de alto contenido histórico.

Marca:



CO: Colombia (Empresa 100% colombiana)

ARTES: Artesanía (Comercializadora de artesanías)

Representación visual:

Es un imagotipo donde se plasman figuras geométricas con trazados de trasfondo cultural que abarcan millones de historias que representa la región de Ráquira posteriormente esta nuestro nombre COARTES que significa arte colombiano.

Lema: Miles de historias

El cual quiere decir que detrás de cada producto que comercializamos hay una grandiosa historia por contar.

Colores:

Amarillo, azul y rojo colores que representan a nuestro país.

Café identifica nuestras tierras y la labor de los artesanos.

Negro representa el impacto que quiere dar la marca.

Empaque: Para la venta de productos en unidad se dispondrá de un empaque en cartón grueso con diseño rustico y alta protección, que tendrá la respectiva representación visual de nuestra empresa.

Para ventas por mayor el empaque se adaptará de acuerdo con la necesidad y cantidad.

Cada uno de nuestros productos serán distribuidos una vez pasen por nuestro filtro de calidad y sean respectivamente etiquetados.

Conclusión

Del presente proyecto podemos concluir que tiene gran posibilidad de éxito debido a un estudio de mercado realizado donde los encuestados demuestran un alto grado de interés en nuestros productos por su historia, belleza, precio y facilidad de adquisición.

Para llevarlo a cabo se requieren de grandes alianzas con proveedores altamente calificados, una logística de distribución bien estructurada y un plan de marketing ambicioso.