



CREACIÓN DE EMPRESA: WABI MOSAIC

Instagram: wabi

Juliana Alejandra Garzón Parra

Creación de empresa I: Modelos de innovación

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

22-11-2020

COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, Juliana Alejandra Garzón Parra con cédula de identidad 1193017632, alumno del programa académico Diseño Gráfico, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Juliana', written in a cursive style.

Firma

CONTENIDO

Introducción	5
Objetivos	6
Claves para el éxito	7
Resumen ejecutivo	8
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio	9
1.1 Objetivos de desarrollo sostenible	11
Producción y consumo responsable	11
Salud y bienestar mental	11
Alianzas para lograr objetivos	12
1.2 Teoría de valor compartido	12
1.3 Tecnologías disruptivas.	13
1.4 Análisis del sector económico	13
Análisis PESTEL:	15
Político:	15
Económico:	16
Social:	17
Tecnológicos:	18
Ecológico:	19
Leyes:	20
2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad	22
¿Quiénes son los involucrados?	23
¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?	23
Problema central:	23
Pregunta problema:	23
2.1 Árbol de problemas y objetivos	24
Árbol de problemas:	24
Árbol de objetivos:	24
Situación futura si se resuelven los problemas identificados	25
Posibles objetivos:	25
3. Descripción de la idea de negocio	26
Técnicas de ideación:	26
Técnica escogida: Seis sombreros.	26
Autoevaluación de la idea de negocio	27
Análisis	27
Estructuración de la idea de negocio	28

Idea de negocio estructurada	28
Cuadro de organización	29
Análisis	30
4. Innovación	30
Alternativas de innovación	30
Innovación en proceso	30
Innovación en el servicio	31
Innovación del sistema de producto	31
Idea innovadora	32
Canales de distribución	32
5. Fuerzas de la industria	33
5.1 Contextualización de la empresa	33
5.2 Análisis de la demanda	33
5.3 Análisis de la oferta	34
Posibles competencias	35
Conclusiones competitivas	37
5.4 Análisis de la comercialización.	38
5.5 Análisis de los proveedores	40
Criterios de selección de los proveedores	41
Reutilización y reciclaje:	41
Reputación:	42
Costos:	42
Cantidades mínimas de fabrica:	42
6. Segmentación del mercado	42
Segmento escogido	42
Comprador ideal (BUYER de persona)	43
7. Propuesta de valor	44
Perfil del cliente	44
Trabajos del cliente	44
Frustraciones del cliente	44
Alegrías del cliente	44
Mapa de valor	45
Aliviadores de frustraciones	45
Creadores de alegrías	45
Productos y servicios	45
8. Diseño del producto	46
Proceso del producto	46
8.1 Ficha técnica	46
8.3 Ciclo de vida	47

9. Precio de venta	47
Costos de producción	48
Precio de venta (PV)	48
10. Prototipo	48
Características del producto o servicio	49
Características del prototipo	49
Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo	50
11. Modelo Running Lean	51
Segmento de clientes:	51
Problema:	52
Proposición de valor única	52
Solución:	52
Canales:	52
Flujo de ingresos:	53
Estructura de coste:	53
Métricas clave:	53
Ventaja especial competitiva:	53
Importancia	54
12. Validación de ideas de negocio	54
Objetivos de investigación	54
General	54
Específicos	54
Tipo de investigación	55
Formulario de encuesta	55
Tamaño de la muestra	56
13. Tabulación y análisis de la información.	56
Análisis de datos:	56
14. Lecciones aprendidas y recomendaciones	62
15. Bibliografía	63

Introducción

Wabi es una empresa colombiana naciente, dedicada a la creación de mosaico cerámico, partidarios del arte, la reutilización, remodelación y originalidad.

El arte del mosaiquismo se basa en la confección de obras mediante la unión de diferentes piezas sobre un soporte. Se realiza con pequeñas piezas de piedra, cerámica, terracota, vidrios de varios tamaños u otros materiales similares de diversas formas, texturas y colores. Cualquier obra realizada con fracciones de materiales iguales o diversos tiende a llamarse mosaico, por extensión se llama mosaiquismo a la técnica que permite materializar los mosaicos.(Pagano, 2019)

¿Qué significa wabi? Wabi nace en referencia a la estética japonesa del “wabi sabi”, que sucumbe a la filosofía danesa del Hygge, y la quintaesencia de la simplicidad, la comodidad y la naturalidad en la decoración, llega directamente de Japón; el Wabi Sabi (侘寂). La naturaleza es perfecta, aunque está llena de imperfecciones. La decoración Wabi Sabi intenta imitar esa eterna paradoja y el resultado es indiscutiblemente sorprendente. Más específicamente Wabi se deriva de la raíz wa, que se refiere a la armonía, la paz, la tranquilidad y el equilibrio. El espíritu Zen se personifica en una persona Wabi, es decir, que se conforma con muy poco, está libre de codicia, de indolencia, de ira, y comprende la sabiduría de la naturaleza. Ln (2019)

Dentro de este trabajo se organizará datos relevantes en todos los aspectos necesarios para la formación correcta de Wabi como empresa, son segmentación de mercado, estudio de proveedores, análisis PESTEL, organización correcta de la información, leyes a atender, prototipado y puesta en marcha. Se espera el mejor de los resultado, con el fin de lograr este proyecto a una realidad tangible, correctamente estructurada y económicamente viable convirtiéndose en un emprendimiento exitoso con todas las bases necesarias.

Objetivos

- Promover la reutilización de diversos materiales en la creación de piezas artísticas.
- La restauración de muebles o elementos decorativos del hogar.
- Posicionar la marca de tal manera que sea reconocida e incluida en el top of mind de nuestro público objetivo.
- Atender a los gustos particulares de los clientes por medio del mosaico artístico.
- Generar sensibilidad artística a través de las imágenes incorporadas en cada una de las obras.
- Motivar simpatía en los clientes de manera que para ellos siempre resulte un placer adquirir nuestras creaciones.
- Ayudar a impulsar la decoración de espacios con elementos artesanales con un significado.
- Proveer trabajo con metas enfocadas en bienes para nuestra sociedad y luchar contra el desempleo en Colombia.

Claves para el éxito

La constancia como herramienta para el buen crecimiento de la marca.

Cada una de las obras de Wabi es literalmente única e irreplicable dado que las piezas que la componen jamás son iguales.

Los mosaicos son realizados especialmente para cada uno de los clientes esperando reflejar su personalidad por medio de la obra jugando con colores texturas y tamaños.

Se pretende promover la cultura de la reutilización y restauración en el marco del arte en nuestro entorno.

Generar obras de muy buena calidad que agraden a nuestros clientes y fortalezcan su fidelidad con la marca.

Wabi a diferencia de muchos cursos acerca del aprendizaje del mosaico como técnica, pretende integrar el arte, la decoración y la restauración dándole un valor agregado y diferenciador a la marca.

Resumen ejecutivo

Wabi mosaic es una empresa Colombiana fabricante de mosaico cerámico artístico personalizado, usando como material fragmentos de cerámica y base de madera reciclada, con el fin de decorar espacios de manera armónica y aportando positivamente a la salud mental de nuestros usuarios, con servicio de orientación decorativa incluida en el servicio, los productos van dirigidos a hombres y mujeres en etapa de jóvenes y adultos con edades entre los 25 y 40, que ya hayan culminado sus estudios o estén el proceso de hacerlo, con un espacio en busca de decorar a su gusto, que tengan una vida económica estable, en promedio de estrato 4 o 5, puedan costear con el valor de las piezas que ofrece Wabi, y especialmente, con gusto por el arte e interés en decorar sus espacios llenos de significado y cultura o personalización, buscando siempre que nuestras obras les producen algún tipo de sentimiento u emoción positiva a nuestros usuarios afectando positivamente su salud mental.

Actualmente es una microempresa y cuenta con 4 trabajadores, las ganancias son aprox. 300.000 pesos mensuales, lleva 2 meses en funcionamiento y de las ganancias en ventas se han invertido en herramientas cortadoras de cerámica con distintas funciones y el fin de mejorar la calidad de futuras piezas.

1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Para Wabi, como una marca consciente de las problemáticas de su entorno y con el ánimo de ser parte de la solución, resulta fundamental la integración de una iniciativa económica con un proyecto artístico y por ende social.

Por medio de nuestras obras, muebles y accesorios. Wabi aporta a la sensibilidad artística logrando que el cliente interprete las sensaciones que le despierta, observando, descubriendo sus formas y colores, y, disfrutando de su única belleza (Ld_Json_Firma , 2016).

Es la sensibilidad la que nos conecta con los demás y el mundo que nos rodea.

A nivel mundial se está presentando la imperativa necesidad de atender a la conservación del medio ambiente, la reutilización de materiales de diversa índole, forma parte fundamental de ese gran objetivo global; el mosaico puede ser creado a partir de cualquier tipo de material, como papel, piedra, cerámica, etc. y dado que es formado por la conjunción de infinidad de piezas, los desechos o sobras son nuestra principal materia prima evitando la contaminación por estos. También utilizando nuestras obras en la restauración de muebles dándoles un estilo, una autenticidad, una nueva vida y un valor agregado. (Rodríguez, 2019)

Nuestro proyecto incluye la creación de objetos o elementos decorativos cuya comercialización permite generar un valor económico considerable teniendo en cuenta que los insumos en su mayoría son reutilizados y de un muy bajo costo, llegando a un resultado muy atractivo visualmente, que logra transmitir sensaciones y de muy buena calidad.

Es así como contribuimos a las problemáticas sociales ambientales y económicas de nuestro entorno actual.

Los mosaicos son considerados piezas artesanales en Colombia y a lo largo de la historia, la técnica del mosaico se ha desarrollado y enriquecido para adaptarse a los estilos y materiales

de diversas épocas. Hoy, maestros artesanos especialistas en cerámica y vidrieras han creado obras con colores y texturas espectaculares.

Según la página La República “el país que más ha crecido en arte es Colombia”; En los últimos años, debido a la compra e inversión de arte, el país de mayor crecimiento en el mercado del arte es Colombia. En esta región, hemos superado a otros mercados tradicionales como México y Brasil. Según menciona esta página

“El año pasado empezamos a hacer una medición del impacto económico de Artbo y fue de \$105.000 millones, esto es cerca de 0,8% del PIB de Bogotá. Esta es cada vez una industria que crece y tiene un impacto importante que también trae inversión extranjera.”

Artbo es una feria que se realiza en Bogotá donde se expone presentaciones de arte, y se muestra creadores y empresas innovadoras, asisten a esta feria personas amantes del arte incluso hoy en día podemos ver exhibiciones artísticas en el banco de la república; el 28 de Marzo de 2019 se realizó una subasta por Bogotá Auctions que según la revista dinero “En las 2 horas que duró la subasta, negociaron 52 piezas entre cuadros, esculturas y fotos, ante un nutrido y ansioso público de 150 personas. Hubo obras de Negret, Ramírez Villamizar, Luis Caballero y Antonio Caro, entre otros. Aunque ofrecieron piezas por debajo del millón de pesos, llamó la atención que tres lotes (obras) tuvieron especial concurrencia: una escultura de Carlos Cruz-Diez, estimada en \$7 millones, fue subastada en \$22 millones; la famosa litografía ‘Colombia Coca-Cola’, de Antonio Caro (ver foto), estimada en \$6 millones, fue vendida por \$22 millones; y un dibujo de Alejandro Obregón, cotizado inicialmente en \$2,5 millones, terminó en \$14 millones. Cabe mencionar que un cuadro de Santiago Cárdenas, vendido en \$55 millones, se llevó el récord de la noche.” (Editorial La República S.A.S., 2016)

Estas cifras demuestran que la demanda en Bogotá y en Colombia del área artística es bastante alta y realmente valorada además de que a través de los años sigue creciendo además la innovación de muebles, decoración de casas, renovación de lugares es común en la actualidad miles de influenciadores apoyan a este crecimiento de empresas artísticas que apoyan el medio ambiente y que brindan un producto elaborado y de calidad.

1.1 Objetivos de desarrollo sostenible

Producción y consumo responsable

La reutilización de diversos elementos y materiales dentro de nuestro proceso de fabricación, contribuye a la conservación y preservación del ambiente, se reduce el consumo de materiales nuevos, por ende hay una reducción considerable en el porcentaje económico destinado para material nuevo, y reduce también la contaminación por producción de estos, como en el caso de la cerámica, siendo esta nuestro principal material para la producción, la cual es un objeto constituido principalmente por arcilla como materia prima, estas son soluciones complejas que contienen elementos fundentes desgrasantes (Reyes, s. f.), y que cuentan con un proceso de fabricación que impacta negativamente al medio ambiente, al reutilizar los fragmentos de este y otros materiales, Wabi reduce contaminación por desechos logrando así una producción de nuestras obras consciente y responsable, generando piezas de arte valiosas para nuestro público objetivo las cuales tienen un largo ciclo de vida y una calidad que hace que la pieza no sea desechada en corto tiempo y se mantenga vigente como forma de arte hecho personalizado a los gustos de cada usuario.

Salud y bienestar mental

Nuestro negocio genera ambientes agradables, personalizados y armónicos permitiéndole al

cliente disfrutar de elementos con los cuales, no solo se conecta sino que le generan bienestar. Las obras realizadas por Wabi generan espacios armónicos y aportan positivamente a la salud mental de los usuarios. Teniendo en cuenta que para Kalina Todorova, experta global en diseño de interiores y tendencias a El Tiempo “Nuestro hogar es el lugar más sagrado, es nuestro refugio. En él suceden los momentos más íntimos y se fortalecen los lazos personales, familiares y profesionales –dice Todorova–. Por eso es clave centrarse en elementos que atraen amor y felicidad para crear una conexión emocional más allá de los colores y las formas. La idea es que todo esté en equilibrio y armonía para que podamos disfrutar este espacio tan personal” Wabi aporta a la creación de estos elementos que generan emociones dentro de un espacio del cual nuestros clientes pueden disfrutar decorandolo a su estilo.

Alianzas para lograr objetivos

Tenemos como objetivo generar piezas con todos los beneficios ya mencionados, para mejorar y facilitar este proceso de fabricación y promoción, se pretende formar alianzas dentro de la zona geográfica en donde se encuentra el emprendimiento, es decir, en la localidad de Usaquén, intercambiando servicios y promociones mutuas para así ir mejorando progresivamente la factibilidad tanto monetaria como de practicidad, también por medio de la reutilización de diversos materiales entre los cuales está la cerámica, el vidrio y la madera, que maneja Wabi, contamos con la posibilidad de generar alianzas con las empresas fabricantes de estos materiales con el fin de que puedan ser proveedores de los “fragmentos” de los que dispongan ayudando así a que estos, que son presentados en grande cantidades en las empresas que no tienen conocimiento de su reutilización, sean desechados.

1.2 Teoría de valor compartido

Nuestro proyecto atiende a la necesidad del valor compartido puesto que no solo tenemos un

interés de crecimiento económico sino también trabajamos en pro de dar solución a problemáticas sociales y ambientales que se presentan en la actualidad, como lo son la contaminación y desechos, dándole una vida útil a trozos de cerámicas y otros materiales, los cuales duran miles de años en tiempo de descomposición en condición natural, convirtiéndolos en obras con valor tanto monetario como artístico, otra de las problemáticas que tenemos como objetivo combatir es el desempleo, teniendo en cuenta también que la actividad realizada por Wabi está luchando con el objetivo de reducir el desempleo en Colombia, siendo una opción de trabajo para muchas personas que actualmente estén en condición de vulnerabilidad, que por alguna razón requieran de un empleo desde su casa, o que no cuenten con recursos para crear otros elementos con materiales de alto costo, Wabi también busca lograr el objetivo de darle valor a este estilo de arte que beneficia a la decoración de espacios generando paz y armonía, en ayuda estética de espacios y a la salud mental de nuestros usuarios.

Consideramos importante implementar el valor compartido en la marca como una obligación para aportar positivamente a nuestra sociedad y ser parte para lograr objetivos conjuntos.

1.3 Tecnologías disruptivas.

En el caso de Wabi no estamos dentro de las tecnologías disruptivas puesto que no dejamos a ninguna versión anterior obsoleta, pero si le brindamos un valor extra frente a la anterior, las cuales son las cerámicas o los elementos usados en el mosaico antes de estar rotos.

1.4 Análisis del sector económico

Anteriormente el entorno del mosaico en tiempos de creación:

En Warka-Uruk tenemos algunos edificios y santuarios cuyos muros se decoraron con revestimientos que consistían en una decoración romboide, dando aspecto en zigzag

generado por decenas de miles de pequeños conos o agujas cerámicas, cocidas en horno y sumergidas en tintas de colores, rojo, negro y el propio de la arcilla. Estos conos puntiagudos de dos centímetros de diámetro de base y más de doce centímetros de longitud se encastraban en la gruesa capa de mortero de barro y en la capa superficial de yeso mostrando su base cuadrada..(*Historia del mosaico | Domus Sophiae, s. f.*)

Actualmente el mosaico se comercializa en un entorno mucho más amplio que en las épocas de creación, este se puede ver en restaurantes, espacios rurales, fincas, piezas pequeñas, decoración de espacios, piscinas, pisos y paredes, se trabaja por medio de encargos buscando que el cliente sienta la mayor afinidad posible con su pieza personalizada, jugando con sus colores y formas logrando un resultado único, en diferentes tamaños y con diferentes fines, contando también con que el ambiente de trabajadores que realizan esta práctica se ha multiplicado ampliando técnicas, herramientas y crecimiento en el aprendizaje.

En el futuro el mosaico se mantiene, pues son piezas a base de arte, el cual no podrá ser reemplazado por tecnología o procesos mecanizados puesto que perdería totalmente la esencia en la cual se basa su creación y los sentimientos que evoca en el cliente por medio de su comunicación gráfica y 100% única.

Análisis PESTEL:

Político:

“Un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo regional o bilateral, a través del cual se establece una zona de libre comercio de bienes y servicios, en la que se eliminan aranceles.”(TLC, s. f.) Dentro de los acuerdos vigentes presentados en la página de TLC encontramos a la Unión Europea, entró en acuerdo con Colombia en el año 2017. Esta ocupa uno de los primeros puestos en la producción mundial de cerámica como se muestra en la siguiente tabla:

Principales áreas productoras de cerámica			
Áreas	2015 (millones m2)	% de prod. mundial	% variación 15/14
Unión Europea (28)	1.218	9,9	2,2
Resto de Europa (Turquía incluida)	572	4,6	0,4
América del Norte (Méjico incluido)	327	2,6	6,2
América central y del sur	1.193	9,7	-0,1
Asia	8.627	69,8	-0,9
África	413	3,3	3,0
Oceanía	5	0,0	0,0
Total	12.355	100,0	-0,1

Fuente: Acimac Survey dept. a través de Ceramic World Review n.118/2016

Dado que el mosaiquismo en cerámica es el principal en nuestra idea de negocio, este tratado beneficia mucho para la adquisición de material para el aumento de producción y calidad.

El mosaico es una técnica artística que no es fabricada por medio mecanismos predeterminados, como se expuso anteriormente cada obra es única.

De acuerdo con la Ley 633 de 2000, están excluidas con el impuesto sobre las ventas las obras de arte originales, siempre y cuando se realicen directamente por el autor. De no cumplir tal condición no gozarán de la exclusión frente al impuesto sobre las

ventas.(Tiempo, 2001)

Wabi cuenta con dos métodos de mosaico, el artístico dentro de los que se encuentran cuadros, restauraciones, etc y el utilitario, los objetos que puede llegar a tener un diseño común y no artístico, como lo serían los accesorios o los portavasos, teniendo en cuenta la anterior ley los mosaicos artísticos no cuentan con IVA pero los utilitarios sí, puesto que no entran en la categoría de obra de arte original.

Tenemos como objetivo llegar a tener una excelente calidad, esperamos que las obras sean resistentes en el transcurso hasta las manos del cliente y luego de esto que sean duraderas y se mantengan en óptimas condiciones cumpliendo con las expectativas del cliente, por esto procuramos usar los materiales de la mejor calidad posible haciendo también un proceso minucioso en su terminado para que cumpla con todas las necesidades de este.

Económico:

Dentro de los sectores económicos de Colombia, encontramos que nuestra idea de negocio está ubicada en el sector terciario, cultural y artístico, en creaciones funcionales puesto que prestamos el servicio de la realización de obras artísticas y utilitarias a base de diferentes materiales reutilizados, que den un resultado que comunique y decore espacios de manera satisfactoria.

De acuerdo con el DANE, en 2019 el sector de la Cultura y la Economía Naranja contaba con un total de 539.933 empleados repartidos en tres grandes áreas: Artes y patrimonio (255.144 empleos), Industrias culturales (72.014 empleos) y Creaciones funcionales (212.775 empleos). Indudablemente, las áreas de Artes y Patrimonio e Industrias Culturales son las que más sufrirán por el cierre de la infraestructura cultural y la cancelación o aplazamiento de los eventos.(Castellanos, 2020b)

En esta situación de pandemia se tienen como prioridad los sectores económicos primarios, puesto que son las necesidades básicas, sin embargo, conforme se va saliendo de esta crisis el

posible mercado va aumentando, debido a el confinamiento, el teletrabajo consecuencia de la cuarentena y el distanciamiento, se está dando más importancia que antes de esta, a la estética de los espacios en los que trabajamos, pues estos pueden llegar a generar distintas sensaciones tanto positivas como negativas afectando también nuestro rendimiento. Un estudio realizado en 2009 por la psicóloga Ann Devlin y sus compañeros, en el cual se evaluaron psicológicamente a 277 jóvenes y a sus habitaciones arrojó que la decoración y la psicología van de la mano, se detalló que la tranquilidad o la armonía mental deben generarse a partir del sentido de la vista, con ambientes controlados que inspiren paz. Esto solo puede ser logrado por una buena decoración. Home(2019)

El índice de precios es muy variable en nuestra idea de negocio, puesto que las obras a realizar tienen como objetivo satisfacer las necesidades del cliente, las cuales pueden ir desde un portavasos original, a todo un mural para su espacio rural.

Social:

Conforme la población crece se busca más la originalidad, el poder destacar entre todo lo que hay es una prioridad en la actualidad, el mosaico es una opción muy viable a esta necesidad pues sus resultados son 100% únicos y literalmente imposibles de replicar, este factor resulta muy agradable para las personas que buscan estas características en su hogar, las cuales pueden acceder a nuestros servicios por las diferentes redes sociales como lo son instagram, facebook, y twitter, a cualquier hora del día con un plazo de entrega de acuerdo al tamaño de lo solicitado y acordado con los clientes, buscando lograr con ellos una conexión y una fidelidad con nuestro emprendimiento.

Los posibles clientes del mosaico artístico Wabi, son hombres y mujeres en etapa de jóvenes y adultos que ya hayan culminado sus estudios o estén el proceso de hacerlo, con un espacio en busca de decorar a su gusto, que tengan una vida económica estable, en promedio de estrato 4 o 5, puedan costear con el valor de las piezas que ofrece Wabi, y especialmente, con

gusto por el arte e interés en decorar sus espacios llenos de significado y cultura o personalización, buscando siempre que nuestras obras les producen algún tipo de sentimiento u emoción positiva a nuestros usuarios afectando positivamente su salud mental.

Tecnológicos:

Según los datos de Confecámaras, que agrupa a todas las cámaras de comercio del país, existen aproximadamente 1.500.000 micro, pequeñas y medianas empresas en el Registro Único Empresarial -RUES-. Esta cifra incluye a personas naturales y a personas jurídicas. Esta clasificación se realiza, por lo general, con base en el valor de los activos reportados por las empresas. *(Todo sobre las pymes en Colombia, 2018)*

Según Felipe Llano, cofundador de Sempli, “en América Latina, el 40% del PIB y el 66% del empleo es generado por las pequeñas y medianas empresas, sin embargo, tan solo el 38% de este segmento se ha financiado en algún momento con entidades bancarias tradicionales.”

Actualmente Wabi mosaics se encuentra clasificada según Ley 905 de 2004, como una microempresa de acuerdo a los criterios que establece el artículo 43 de la ley 1450 de 2011 su número de empleados y al valor de sus activos, el cual es menor a los 500 salarios mínimos vigentes. nos benefician plataformas pymes que nos proporcionan ayuda como, Sempli, la cual ofrece créditos a pequeñas y medianas empresas en Colombia, capital de trabajo entre \$30 y \$300 millones de pesos para apalancar crecimiento y financiar procesos de expansión con requisitos de tener una empresa formalmente constituida con ventas de, al menos, \$200 millones de pesos acumulados en los últimos 12 meses. *(Sempli, s. f.)* Visa, que lanzó una sección en su sitio web junto con proveedores líderes de soluciones, que expone información relevante para el buen funcionamiento y crecimiento de PyMEs en Colombia, como botones y links de pago, marketplaces, apps de delivery e información de plataformas E-Commerce. *(Visa, s. f.)* Econexia, de corferias es “una iniciativa creada para promover las conexiones entre empresas, incrementar las oportunidades y facilitar la actualización de

temas relevantes para fortalecer a nuestros negocios y así reactivar la economía de nuestro país.” (Econexia, 2020) está integrada por el trabajo conjunto entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y sus entidades adscritas: iNNpulsa, Colombia Productiva, ProColombia y Fontur; además de la Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico; la Alcaldía de Barranquilla, la Cámara de Comercio de Bogotá, Corferias y los principales gremios y operadores de ferias del país.(Analitik, 2020). SoliDiario, “es un buscador que permite que clientes y proveedores se conecten directamente, sin intermediarios.; ahorre y ayude a que negocios locales y profesionales independientes, permanezcan activos”

Actualmente el medio donde se mueve esta técnica artística ha crecido considerablemente, aprovechando los avances tecnológicos creando así, plataformas para aprender y enseñar la técnica de forma virtual o presencial, vender las obras, cotizar por medios tecnológicos y crear nuevas herramientas, Wabi pretende usar todas estas herramientas y plataformas Pymes a favor del emprendimiento para así lograr optimizar el tiempo y la calidad de trabajo dando así resultados más limpios y profesionales con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Ecológico:

De acuerdo con el Ministerio de ambiente, la industria de las baldosas cerámicas es fundamental en Colombia y su economía, dado que tiene una amplia gama de usos y está anclada a una cadena de construcción, llegando a presentar el tercer rubro, dentro de los materiales para construcción, el sector de las baldosas cerámicas en el país ha tenido un importante desarrollo en los últimos años, posicionándose dentro de los 30 jugadores más importantes a escala mundial. (Ministerio de Ambiente, 2013)

Teniendo en cuenta esto, aún la cerámica tiene un gran problema, “es uno de los productos que genera más impacto ambiental desde el mismo momento de su fabricación hasta su

eliminación. Es necesario analizar todo su ciclo de vida para saber qué puede implicar realmente su uso.” (Cerem Business School, 2016) durante su fabricación se presentan problemáticas como, las emisiones de polvo y ruido en su obtención de material, el gran volumen de emisiones atmosféricas, la contaminación de aguas y el consumo de energía, y esto sólo tratándose de su ciclo de vida antes de salir al mercado, en donde es de gran utilidad por, como se mencionaba antes, sus amplios usos, entre los cuales se encuentra el uso para construcción y para baldosas, sin embargo, es un material de sumo cuidado pues con una caída puede ser fracturado y terminar su vida útil para el usuario, es por esto que Wabi, en respuesta a esta problemática busca que la idea de negocio aporte positivamente al medio ambiente por su valor agregado de la reutilización y la restauración por medio de esta, los materiales utilizados son desechos de un uso anterior que juntos logran dar como resultado una obra que transmite y es funcional ya sea en una actividad específica como también en la neta decoración, logrando tener una vida útil bastante larga debido a su resistencia y el entorno de su uso, disminuyendo las posibilidades de desechabilidad y contaminación por estos materiales, los cuales tienen un largo tiempo de descomposición en ambiente natural.

Leyes:

De acuerdo a la ley 344 de 1996, Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. MYPIMES, el artículo 11 expone que el Estado con el propósito de reducir los trámites para las micro, pequeñas y medianas empresas, el registro mercantil y el registro único de proponentes se integrarán en el Registro Único Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, el cual tendrá validez en todos los trámites gestiones y obligaciones, sin perjuicio de lo previsto en las disposiciones especiales sobre materias tributarias, arancelarias y sanitarias. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2006)

Esto quiere decir que con las características que cumple Wabi, es necesario realizar los trámites pertinentes e integrarse al Registro Único Empresarial, y también, identificados como comerciantes regimos a el capítulo II, artículo 19 <Obligaciones de los comerciantes> y los 6 ítems que contiene este.

En cuanto al ámbito de productos artísticos, encontramos la anteriormente mencionada Ley 633 de 2000, que nos indica cuales de nuestros productos están exentos de IVA por obra artística original, también en este entorno nos regimos a las leyes que rigen temas de plagio en nuestros productos de carácter artístico, como la ley 23 de 1982 sobre derechos de autor, capítulo 1, artículo 8

A. Obras artísticas, científicas y literarias, entre otras, los: libros, obras musicales, pinturas al óleo, a la acuarela o al pastel, dibujo, grabados en madera, obras caligráficas y crisográficas, obras producidas por medio de corte, grabado, damasquinado, etc., de metal, piedra, madera u otros materiales, estatuas, relieves, escultura, fotografías artísticas, pantomimas, u otras obras coreográficas; pero dado que cada una de las piezas realizadas es totalmente única son problemáticas en las cuales no vamos a incurrir. (CECOLDA - Centro Colombiano del Derecho de Autor - LEY 23 DE 1982 SOBRE DERECHO DE AUTOR, s. f.)

Rigiéndose también por el Código sustantivo de trabajo, todas las leyes que nos competen, a Wabi y a nuestros futuros colaboradores, comprometiéndonos siempre en ser una empresa justa e íntegra.

2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

El problema que afecta al sector al que pertenecemos es la contaminación y el desperdicio de recursos. Los componentes principales de los mosaicos en general son: vidrio, piedra natural, mármol, cerámica y aluminio.

Wabi trabaja con trozos de cerámica, para lograr piezas artísticas y utilitarias, esto aportando en gran medida a el medio ambiente, puesto que la industria de la cerámica genera bastantes emisiones atmosféricas, para entender esto, nos remontamos al proceso de fabricación de la cerámica, cuenta con 7 pasos, recepción de arcilla, prensado para formar la pieza cerámica, secado para reducir la humedad, esmaltado para la decoración con productos específicos, cocción en horno, y una fase posterior de calor en quemadores de gas natural y al aire libre, clasificación y embalaje de la baldosa con uso de elementos mecánicos y almacenamiento del producto acabado y posterior distribución al cliente, en los primero cinco pasos y en la obtención del material para lograrlos se genera un impacto ambiental negativo bastante importante, posterior todo este largo proceso, la cerámica es usada por el cliente en diversas funciones donde acaba su ciclo por lo general rota.(Cerem Business School, 2016a)

Desechos y desperdicio de recursos.

Wabi mosaic

Reutilización y restauración por medio del arte.

-Materias desechadas.

-Empresas contaminantes.

- Piezas con vida útil corta.

- Restauración por medio de desechos.

- Creación de piezas artísticas con valor espiritual y sentido visual.

¿Quiénes son los involucrados?

Los involucrados son, las empresas productoras y distribuidoras de cerámica en Colombia, los intermediarios, como obreros, arquitectos y caseros, y los clientes finales, usuarios recurrentes de la cerámica en sus escenarios recurrentes.

Para la solución que propone Wabi los involucrados son, las personas adultas jóvenes entre 25 y 40 años, que busquen una pieza única y que transmita algo, sea agradable a la vista, a su gusto y se ajuste a su presupuesto, empresas que produzcan los materiales con los cuales se realizan los mosaico que puedan brindarnos el material que no les sea útil, y posibles aprendices de esta técnica que busquen adquirir conocimiento y llevarlo a cabo aportando al crecimiento de la misma.

¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

La contaminación e impacto ambiental negativo de la producción de la cerámica que se extiende a su contaminación también por desechos, formación de polvo, ruido y basura, y corto ciclo de vida del material y el alto costo de productos que la contienen, el desperdicio de recursos, que como fue mencionado anteriormente produce mucha contaminación, ausencia de piezas artísticas que estén fabricadas con materiales de aporten a las necesidades ambientales, se ajusten a sus bolsillos, con los que logren identificarse, que cumplan con sus necesidades y logren resultado positivos en su salud mental.

Problema central:

Desecho de fragmentos de cerámica.

Pregunta problema:

¿Cómo disminuir el desecho de fragmentos de cerámica?

2.1 Árbol de problemas y objetivos

Árbol de problemas:



Árbol de objetivos:



Situación futura si se resuelven los problemas identificados

En caso de que todas las problemáticas identificadas que se derivan del desecho de fragmentos de cerámica se resolvieran, habría un gran impacto social en el avance para la solución de un problema mundial como lo es la contaminación, y en gran medida la contaminación por desecho de material cerámico, se generaría solución a un sector fundamental, puesto que en los procesos cotidianos de reciclaje los trozos de cerámica generan heridas a los recicladores, se potenciará el aprovechamiento de estos fragmentos evitando miles de años de tiempo en descomposición de este material, volviéndolos años de vida útil en un mural, una pieza de arte o cualquier artefacto con utilidad que cuente con esta estética técnica, dando paso también a que este proceso sea solución a los desechos de fragmentos de otros materiales, volviéndose así un proceso benéfico y sostenible.

Posibles objetivos:

- Potenciar el buen manejo de recursos.
- Informar acerca de cómo se pueden reutilizar los fragmentos de cerámica.
- Darle una larga vida útil a los fragmentos de cerámica de manera práctica.
- Contribuir a la no contaminación.
- Demostrar la versatilidad de fragmentos de un material.



El problema identificado es la contaminación por cuenta de los fragmentos, y desechos de cerámica en Colombia, los cuales producen un grave impacto ambiental negativo, puesto que durante la fabricación de este material se emiten emisiones atmosféricas, el ciclo de vida útil es muy corto frente a él largo tiempo de descomposición que tiene el material, el material cuenta con un gran potencial al ser robusto y con características de importancia como su resistencia al agua y al sol sin decolorarse.

De acuerdo a la situación presentada ¿Cómo disminuir el desecho de fragmentos de cerámica?

3. Descripción de la idea de negocio

Técnicas de ideación:

Lluvia de ideas - Seis sombreros - Relaciones forzadas - Matrices combinatorias - Biónica.

Técnica escogida: Seis sombreros.

Maribel Jimenez: Blanco, El reciclaje y la reutilización son una posible solución.

Lade Parra: Rojo, Wabi puede generar arte.

Sergio Moreno: Negro, La cerámica es cara, pesada y difícil de trabajar.

Manuela Garzón: Amarillo, El mosaico cerámico con ayuda de herramientas se puede generar a partir de fragmentos reciclados.

Diego Parra: Verde, Se puede fidelizar al cliente con productos personalizados.

Juliana Garzón :Azul., Es posible generar piezas artísticas y restauraciones artísticas y utilitarias, a partir de fragmentos de cerámica reciclados con ayuda de herramientas y asesoría de su correcto uso.

Autoevaluación de la idea de negocio

<i>Interés / disposición</i>	(F)				(v)
<i>Afirmaciones</i>	1	2	3	4	5
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que siempre he querido hacer.					x
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esa actividad.					x
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar mi negocio.				x	
Considero que en (6) meses puedo tener el negocio funcionando.			x		

Análisis

El interés y comodidad que presentó con respecto al negocio es altamente positivo con respecto a otros negocios pues es un negocio que me desarrollará como profesional y en donde puedo mostrar tanto mis capacidades como ayudar a diferentes tipos de comunidades, desde ambientalistas hasta amantes del arte del mosaico, es necesario adquirir la guía adecuada para poder tener el negocio funcionando de una manera que se pueda considerar autosustentable donde las ganancias sean acorde a los gastos y por ello el tiempo que se debe aplicar en ese es altamente importante, sin embargo, es necesario que no sea de manera exagerada pues puedo perder más de lo que gane si no mantengo todos los aspectos en orden y género el negocio de manera adecuada para mantener el equilibrio necesario.

Estructuración de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Producción de originales mosaicos artísticos y utilitarios.
¿Quién es el cliente potencial?	Estudiantes, profesionales y mujeres amas de casa de clase media alta con personalidad sensitiva y alegre.
¿Cuál es la necesidad?	Reutilización de materiales, creación de obras artísticas y embellecimiento de espacios.
¿Cómo?	Por medio de la venta de los productos ofrecidos y una campaña informativa para la correcta recolección y la utilización de estos materiales para creación de mosaicos artístico y utilitarios por medio de redes sociales.
¿Por qué lo preferirán?	Porque es personalizable, único y original, aporta a un objetivo ecológico y genera información y conciencia acerca de un tema poco abordado.

Idea de negocio estructurada

De acuerdo a las causas identificadas, Wabi tiene como objetivo evitar que el ciclo de vida de la cerámica termine luego de su fragmentación, pretende reciclar y reutilizar estos

fragmentos, ahorrando en materia prima, bajando considerablemente contaminación por desechos de este material y logrando obras que empaticen con los clientes, generando emociones y decorando espacios con una gran calidad y acabado, también busca combatir la desinformación acerca de la reutilización de este material, así que generará una campaña informativa por redes sociales a nombre de wabi mosaic por medio de la cual se informará cuál es la manera sostenible de tratar, transportar y separar los fragmentos de cerámica y las miles de posibilidades de reutilización que wabi puede generar con ayuda de la correcta recolecta proporcionada por el público alcanzado por la campaña para la optimización de este recurso y el aporte social significativo a la no contaminación.

Cuadro de organización



Análisis

Se identifica que Wabi tiene como objetivo producir una campaña informativa y de difusión, que demuestre originalidad, sostenibilidad, arte y significado para los adultos jóvenes, estudiantes y profesionales con edades entre los 25 y 40 años, con el propósito de incentivar a que creen y compren arte contribuyendo a la restauración, calidad, sensibilidad artística y cuidado del medio ambiente. Dentro de las redes sociales se expondrán los posibles usos de reutilización y restauración que los usuarios pueden lograr desde sus hogares, y se promoverá la compra de los productos Wabi, demostrando su valor y trabajo.

4. Innovación

Alternativas de innovación

Innovación en proceso

Por medio de una campaña informativa y lúdica que explicará a los posibles clientes identificados como público objetivo, qué hacer con los fragmentos de cerámica y otros materiales que tengan en sus hogares para tratarlos de manera correcta y sostenible y así obtener beneficios, esta se compartirá por medio de las redes sociales de Wabi mosaics, en forma de tips y videos cortos semanales, contando con un material por semana.

Innovación en canales, Wabi propone un servicio con atención personalizada con el objetivo de entender los gustos del cliente, teniendo en cuenta la actual pandemia co-vid 19, se tiene como objetivo interactuar con los clientes por medio de redes sociales de manera diaria por medio de historias temporales y publicaciones que puedan interesarles, proponiendo también hacer dinámicas y concursos con el propósito de alcanzar aún a más personas en las distintas plataformas.

Innovación en el servicio

Se plantea como una idea, que en el proceso de comunicación con el cliente, se le preste una asesoría en la organización del espacio que desea decorar con mosaicos Wabi, con el fin que el producto a realizar, empatice con el espacio analizado y se genere una completa satisfacción del cliente con su obra artística personalizada, y que en conjunto de la organización, color y composición de la obra, se generen sensaciones de tranquilidad y armonía, que afecten de manera positiva a la salud mental de usuario, esta innovación se plantea frente a la problemática de aquellos usuarios que no tienen una idea clara respecto a lo que desean y simplificarlos esta actividad de creación, organización y armonía, el objetivo, claro, es que el usuario se sienta satisfecho con la atención, siendo la idea elaborada al 100% por el gusto del cliente y apoyado por el conocimiento del trabajador que lo atiende.

Innovación del sistema de producto

En la economía tradicional, cuando se genera una garantía, en caso de daño en el producto, el cliente va al punto indicado en el cual, o le devuelven el dinero, o le dan un producto igual totalmente nuevo, en Wabi creemos que la mejor forma de aportar es dejar de desperdiciar material, el mosaico está hecho de trozo, así que en caso que un producto sea devuelto por defectos, calidad o resistencia este será reparado de la manera más responsable posible, sin desperdiciar material innecesario y con una obra de arte de buena calidad, brindándole una historia que contar.

Idea innovadora

Variable	Descripción de la innovación
Producto o servicio	La innovación es el incentivo a la compra de los productos Wabi por medio de la orientación al usuario como característica competitiva, con el objetivo que el nivel de probabilidad de satisfacción con el producto aumente, asegurando que la obra a entregar armonizará con el espacio que el usuario quiere decorar, brindándole personalidad, estética y afectando positivamente a su salud mental, implementando también información acerca de tips para reciclar y renovar por medio del mosaico con distintos materiales desde casa, pretendiendo así llegar a más potenciales clientes por medio de la redes
Mercadeo	Promover el proceso de compra y tips informativos en todas las redes sociales de Wabi.
Proceso	Generar reuniones virtuales con los compradores para humanizar el proceso desde la distancia.

Canales de distribución

Dado que el público objetivo de wabi tiene un buen uso de la tecnología, sobre todo de las redes sociales, a pesar de no ser expertos en la materia como otros nichos de mercado, se sientes cómodos en este canal,, se propone una comercialización por Facebook e Instagram y una promoción por medio de Twitter Tik Tok y Youtube, esto tomando como factor la modalidad de ventas por encargo y a domicilio contra entrega que el emprendimiento maneja, la pandemia y emergencia sanitaria actual. Sin embargo, la idea de negocio pretende también en escenarios futuros tener locación en las diferentes ferias comerciales realizadas en el país, esto con el fin de ser reconocida en varios sectores de la ciudad y aumentar su nivel competitivo frente a las empresas mosaiqueras con solo canales digitales.

5. Fuerzas de la industria

5.1 Contextualización de la empresa

Wabi mosaics es una empresa Colombiana fabricante de mosaico cerámico artístico personalizado, usando como material fragmentos de cerámica y base de madera reciclada, con el fin de decorar espacios de manera armónica y aportando positivamente a la salud mental de nuestros usuarios, con servicio de orientación decorativa incluida en el servicio. Actualmente es una microempresa y cuenta con 4 trabajadores, las ganancias son aprox. 300.000 pesos mensuales, lleva 2 meses en funcionamiento y de las ganancias en ventas se han invertido en herramientas cortadoras de cerámica con distintas funciones y el fin de mejorar la calidad de futuras piezas.

5.2 Análisis de la demanda

A nivel de influencias internas, el precio del producto, no es fijo, es dependiendo de su complejidad, material, duración de fabricación y varios factores más como lo son el tamaño, en promedio oscila entre los 100.000 pesos colombianos, teniendo en cuenta que somos una micro empresa dedicada al trabajo a mano hecho por medio de materiales reutilizados con una manipulación especial y dando resultados totalmente únicos e irrepetibles al usuario, a nivel externo encontramos que las herramientas usadas en el proceso de fabricación de los diferentes productos que usa Wabi mosaics cada vez van más en evolución con el fin de lograr darle un mejor resultado a cada una de las obras y lograr una mejor calidad, la competencia es amplia y fuerte, sobre todo en las afueras de Bogotá que es donde más se consume esta técnica artística, nuestro punto competitivo frente a estas empresas que hacen actividades similares a Wabi es el estilo, el amor a la actividad, la prioridad por tener como objetivo la reutilización y restauración, incentivando la posibilidad de dar un buen resultado y mejor uso mediante esta técnica evitando la contaminación por un material con un tiempo

excesivamente alto de descomposición y sobre todo la orientación estética brindada al usuario con el fin de que tenga una satisfacción con del producto y lo que expresan nuestras obras. Nuestros clientes potenciales son hombres y mujeres entre los 25 y 40 años, que gusten de las cosas a su propiedad y le den importancia a los lugares en los que pasan mayor tiempo, con un especial amor al arte y un interés por transmitir emociones en su espacio, amantes de las figuras, colores y armonía, sus motivaciones se enfocan en adquirir conocimiento nuevo, gustan del orden.

5.3 Análisis de la oferta

El empezar en este tipo de mercado conlleva un gran gasto, tanto en herramientas como en tiempo y creatividad para poder empezar a crear, pero al momento de hablar de empresas y competidores de alto calibre se puede llegar a enumerar unos cuantos dependiendo del área enfocada, tales como Mosaicos Sarrari una empresa que lleva bastante transcurso y ya ha generado un público estable, llevando parte importante del mercado, mosaico plumart que a pesar de estar al mismo nivel o con los mismos tratos a alcanzado un mayor reconocimiento en el mismo periodo de tiempo, gracias a su promoción por medio del compromiso con su publicidad por medio de las redes sociales, especialmente Instagram. Sus modos de operar y de demostrar su estrategia al mercado son variados, empresas como mosaico celestial ha utilizado un método como el de involucrar a los usuarios a participar en la ideación del producto logrando entablar un mayor lazo y un sentimiento de empatía hacia el producto, dándole una razón emocional para adquirirlo. Dependiendo de cada marca se tiene un rango distinto de mercado y por ende, unas prioridades diferentes desde zonas urbanas como la ciudades principales o una cuantas zonas rurales a sus alrededores como también a nivel nacional o internacional llegando a cualquier destino requerido. La necesidad de que los usuarios confíen en su calidad o que estos se vean involucrados a un nivel más amplio, llegan

a ser puntos fuertes a favor de estas empresas y su experiencia con la audiencia, no obstante, Wabi tiene puntos de valor añadido, tales como la restauración o reutilización de productos, objetivo al que muchos de los competidores no le dan mucha importancia, Al momento de analizar el uso de estrategias utilizadas por la competencia y poderlas implementar o tratar vemos viables algunas, tales como el uso de ofrecer ciertos cursos de la técnica de manera gratuita para así incentivar el reconocimiento de marca por medio de las redes sociales para la expansión del productos ideas publicitarias como la confianza lo útil o lo duradero del trabajo y pasarlos y acomodarlos a tu idea de negocio. produciendo regularmente y creando publicidad alrededor de estas.

Posibles competencias

MosaicoChile SpA, es una empresa formada por dos artistas chilenas, dedicadas desde el año 2006 a la creación, elaboración, producción de proyectos de Mosaicos en pequeño y gran formato. Durante nuestra trayectoria como Artistas en el arte del mosaico, constantemente hemos incursionado e innovado en diferentes técnicas y materialidades para sorprender en cada una de nuestras producciones. (S.A., s. f.)

Mosaicos Sarrari empresa fundada en 1979, iniciamos con equipos totalmente manuales y poco a poco logramos alcanzar la infraestructura apropiada tecnológica y técnica hasta ocupar un sitio entre los fabricantes de baldosa en Medellín. Fundamentados en la calidad humana como principal fortaleza, existimos para brindar a nuestros clientes la posibilidad de mejorar su calidad de vida en cuanto a estética, salud y afecto, mediante la fabricación e instalación de recubrimientos para pisos en cemento con granos de mármol, cumpliendo y superando las normas de calidad vigentes. Nuestro recurso humano está compuesto por artesanos quienes colocan su alma y todo su empeño en cada baldosa; haciendo de todas y cada una, su propia obra de arte complemento ideal de toda creación arquitectónica. (Facebook - Meld je aan of registreer je, s. f.)

Silvia Favaretto es una empresa creativa- cultural dedicada al diseño y elaboración de mosaicos y vidrieras artísticas, que apuesta por la creatividad como máxima expresión de las artes decorativas. Su promotora es una arquitecta italiana de 37 años licenciada por la Universidad de Venecia especializada en bioarquitectura e interiorismo, que tras años de experiencia laboral por cuenta ajena decide montar su propio negocio en base a un arte que cuenta con miles de años de tradición cultural.(Andalucía emprende, 2010)

Mosaicos Plumart es una empresa que funciona en Bogotá, Colombia y Lima, Perú , ofrece mosaico artístico con envíos a ambos países, durante la pandemia genera cursos con reuniones sincrónicas por medio de Meet e Instagram donde su fundadora explica el mosaico y otras técnicas mostrando también el proceso de cada uno de los trabajos que Plumart realiza por pedido o avance.

Mosaico Celestial, de Estados Unidos, crea mosaicos con el objetivo que generen, una sensación etérea en su espacio de diseño. Ya sea que esté buscando arte relajante sobre la luna y el sol para su hogar o buscando arte para la oficina, nuestra colección celestial recibirá a sus visitantes con un estilo relajante. Desde diseños de mosaicos geométricos modernos hasta tranquilos patrones cósmicos, te enamorarás de nuestra selección de ensueño de arte celestial.(*Celestial Mosaics | Sun Moon Mosaics*, s. f.)

Mosaico Turco, es una empresa mediana residente de Bogotá, Colombia con local en la Hacienda santa Barbara, re promueve por medio de redes sociales y fábrica mosaico en todas sus expresiones, desde en tapetes cosidos en tela hasta lámparas con vitromosaico.

Nombre del competidor	Producto	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
MosaicoChile SpA	mosaico artístico de diferentes materiales.	Innovación amplia en diferentes técnicas y resultados.	Empresa chilena con Sede en Bogotá.
mosaico plumart	mosaico a pedido	cursos internacionales virtuales	Bogotá
mosaico turco	mosaico a pedido	especialidad turcos	Hacienda ST barbara
Mosaicos Sarrari	Fabricantes de baldosas cerámicas	Fuerte enfoque en maquinaria y herramientas.	Medellín
celestial mosaics	mosaico a pedido	tonos azulados o colores fríos	Estados Unidos
Silvia Favaretto	mosaicos y vidrieras	Arte basado en bioarquitectura e interiorismo	Italia

Conclusiones competitivas

Se llega a la conclusión que luego de la investigación realizada acerca del entorno competitivo, se busca enfocarnos en la competencia por medio de las ventas en diferentes redes sociales, específicamente, Facebook e Instagram, de donde se encontraron casi la mitad de nuestras empresas competidoras, la idea de negocio actual logra diferenciarse en el valor, varias empresas evaluadas no ofrecen una orientación ni relación con el cliente, esto provoca

que el índice de posible satisfacción del cliente con el producto baje notablemente, beneficiando a Wabi con un factor competitivo, también, el proceso de recolección de material, no demuestran un interés en reciclar las cerámicas fragmentadas, estas empresas por lo general compran cerámicas nuevas, y las fragmentan a su gusto, facilitando el trabajo pero afectando al medio ambiente, y objetivo de la marca, como lo notamos en los dos factores anteriores las prioridades son diferentes, Wabi quiere poner por encima el factor humano y ambiental dándole un sentido no solo económico sino también social y ecológico al emprendimiento, funcionando como un factor beneficioso para el correcto camino de éxito, la estrategia a realizar será una campaña informativa con la recolección responsable de fragmentos de cerámica explicando todos los beneficios de este proceso al medio ambiente y aportando a las siguientes obras artísticas volviéndose un proceso sostenible, destacando por medio de las mismas, las miles de posibilidades para la reutilización de trozos de diversos materiales logrando un resultado satisfactorio por medio del proceso Wabi, también se pretende incluir en el proceso de cotización, orientación y encargo para optimizar la satisfacción e identificación de los clientes con su obra de arte en mosaico cerámico. El proceso de adquisición y venta que propone Wabi es el contacto con el cliente por medio de redes sociales, la organización, información y encargo que él quiere obtener, posterior a esto, en una fecha estimada Wabi le genera 2 propuestas para que cuando se escoja una, realizar una reunión sincrónica con el fin de analizar el espacio para el cual se requiere la pieza, y ofrecer una correcta orientación hacia el usuario con el fin de generar una armonía y satisfacción completa con su pieza, para así empezar el proceso de fabricación y plantear la fecha y medio de entrega.

5.4 Análisis de la comercialización.

Nuestros competidores directos, son todas aquellas empresas que fabriquen y vendan productos hechos en mosaico, principalmente cerámico, en Bogotá, Colombia por medio de

las redes sociales, la publicidad digital y el marketing su valor añadido es que ofrecen cursos presenciales y online de la técnica de mosaico promoviendo así su marca.

En aspectos artísticos, nuestro competidor indirecto es el arte de la pintura, donde entran empresas que ofrecen, fabriquen y vendan pinturas personalizadas con un fin decorativo, estas cuentan con un valor añadido frente a Wabi por que como su elaboración requiere menos esfuerzo, es más práctica y rápida, por ende, más accesible para los usuarios que Wabi busca impactar.

Actualmente, a diferencia de las empresas que se enfocan en un solo producto en mosaico, Wabi maneja diversos productos que implementan el mosaico cerámico y también el vitromosaico, el principal de los productos son los cuadros de mosaico artístico, hechos de cerámica y varios materiales, como el vidrio o el plástico para darle diversidad y un toque de diferente estilo, estos son por lo general, bajo pedido pero también hay un porcentaje de piezas que se realizan sin este y están a la venta, el segundo producto que es el mosaico fijo, este es el que se realiza en pisos o techos, tiene unos procesos de acabado distintos al anterior, normalmente es más grande que este y cuenta con servicio de traslado e instalado al lugar donde finalmente ubicará, por último fabricamos mosaicos utilitarios, son por lo general, genéricos, en cuanto a diseño y colores, sin embargo, los trozos y los cortes siempre son diferentes, es esta la razón del mosaico, por esto todos son diferentes con un mismo estilo, dentro de esta modalidad están los portavasos, servilleteros, numeradores de casa, y todos los productos que tienen un tamaño pequeño y conlleva, por ende, un menor tiempo de fabricación y también son estos, los de menor costo.

El proceso que lleva una pieza en mosaico cerámico es primero la ideación, se organiza una idea entre cliente y empresa, seguida de la bocetación de esta dando más claridad al proyecto, se escoge el tamaño y la paleta cromática de la pieza, teniendo en cuenta cuánto material se requiere por color dependiendo del tamaño, el boceto pasa a la base que está

pensada para ser funcional en la utilidad que el cliente requiera, seguidamente se cortan los trozos del material, por los diferentes colores, se organiza procurando que cada parte tenga un lugar de organización estratégica para lograr plasmar la necesidad del cliente, se pegan estos trozos, se deja secar para luego aplicar fragua, blanca o negra dependiendo del estilo que requiera la pieza y su aleta cromática, en caso de que la pieza se beneficie con una fragua de color, encima del blanco se pinta, finalmente se pule y brilla añadiendo también detalles que le den un mejor acabado visual.

5.5 Análisis de los proveedores

Para la compra de materiales con los que se realizan las obras en cerámico art´stico de Wabi mosaics es necesario conocer acerca de los posibles proveedores de los fragmentos de cerámica y otros materiales que nos servirán para la correcta decoración y armonía de nuestras piezas, teniendo en cuenta esto se realizó la siguiente investigación.

Para la recolección de retazos de cerámica Ali baba y Mercado Libre ofertan en gran medida con diversidad de precios, las características resaltables entre estas dos plataformas de compra por internet son, el tiempo de entrega dependiendo del país de donde sea importado el material, pues este factor a pesar de no ser fijo, también acarrea otras variables como lo son el riesgo de que a consecuencia del viaje en avión el producto no llegue en óptimas condiciones, la información del proveedor principal, en Mercado libre se puede usar como herramienta la puntuación del vendedor para tener mejor seguridad en cuanto al estado y la honestidad del negocio, mientras que, en Alibaba no tenemos mucha información además del precio y el tiempo estimado de entrega, y la calidad del material, como se mencionaba antes existen ofertas desde diversos países, dependiendo de la riqueza del país en esta materia Wabi correría el riesgo de recibir cerámica de no muy buena calidad. (*Venta De Ceramica Para Pisos en Mercado Libre Colombia*, s. f.)

Decor Cerámica, es una empresa Colombiana con un amplio catálogo en donde se

encuentran productos relacionados a pisos, paredes, baños, adhesivos y cerámicas, labora a nivel nacional, con precios muy accesibles pero con material nuevo, (*Mosaicos Archivos*, s. f.) existe la posibilidad de establecer un contacto con la empresa para realizar la compra de los fragmentos que dispongan, esto con el fin de seguir con los objetivos de reciclaje y reutilización con los cuales Wabi fabrica.

Se encuentran otras empresas de Latino America que también ofrecen este servicio.

Cerámicas Miriam, empresa Chilena que ofrece la venta de todo tipo de insumos especialmente para la técnica del mosaico, incluyendo también herramientas para la mejora en la calidad de las obras, lastimosamente, esta empresa solo realiza entregas a nivel nacional, teniendo como cliente principalmente a empresas y fábricas Chilenas. (*Ceramicas Myriam Mosaicos*, s. f.)

Reposición de cerámicas y azulejos, es una empresa que labora en Buenos Aires, Argentina, es intermediaria entre negocios de compra y venta de material en cerámica por medio de su sección en la página web, la mayor parte de los anuncios publicados sólo se encuentran para compradores dentro del país. (*Reposición de Ceramicas, Azulejos y Mosaicos*, s. f.)

Criterios de selección de los proveedores

Para Wabi es muy importante establecer una buena relación estratégica con las empresas que contribuirán de alguna manera con este emprendimiento, es por esto que antes de llevar a cabo un negocio con proveedores es necesario evaluarlos con los siguientes criterios:

Reutilización y reciclaje:

Wabi busca luchar con el desecho de cerámica ya producida es por esto que es primordial que la cerámica comprada por alguna razón ya esté rota y en lo posible haya cumplido con la función para la cual fue comprada o fabricada, que ya no se pueda usar para fines de estructura en los hogares, esto para construir al no desperdicio del material.

Reputación:

La reputación de una empresa no es un juicio de valor 100% confiable, sin embargo, es un factor importante a la hora de escoger nuestros proveedores, esto nos dará una idea de si estos están comprometidos con las entregas, cuentan con una buena calidad y sobre todo con un trabajo honesto y humano.

Costos:

Wabi al ser una micro empresa requiere tener una buena economía que de para invertir y crecer progresivamente, para este emprendimiento por la etapa en la que está actualmente es necesario tener proveedores que ofrezcan costos que se ajusten a nuestros presupuestos de producción y sean consecuentes con nuestra demanda.

Cantidades mínimas de fabrica:

Como se mencionó en el anterior ítem, Wabi es una microempresa por ende los insumos que sean adquiridos deben ser acordes al tamaño de nuestros pedidos y nuestra clientela actual, esto con el fin de mantener un equilibrio entre lo ganado y lo invertido para que el emprendimiento salga a flote con una economía equilibrada.

6. Segmentación del mercado**Segmento escogido**

Wabi cuenta con una segmentación de mercado demográfica, cuyo cliente potencial son hombres y mujeres, jóvenes adultos, estudiantes y profesionales, con edades entre los 35 y 40 años, con un tamaño de familia pequeña, con ingresos fijos de estratos 4 y 5, que busquen una pieza única y que transmita algo, sea agradable a la vista, a su gusto y se ajuste a su presupuesto, empresas que produzcan los materiales con los cuales se realizan los mosaico que puedan brindarnos el material que no les sea útil, y posibles aprendices de esta técnica que busquen adquirir conocimiento y llevarlo a cabo aportando al crecimiento de la misma.

Comprador ideal (BUYER de persona)

<p>Foto</p> 	<p>Miedos: Monotonía en su vida. Frustraciones: Productos estándar. Ansiedades: Distanciamiento.</p>	<p>Desea: Autenticidad. Necesita: El contacto emocional con las personas alrededor. Anhela: Cumplir sus metas próximas Sueña: Trabajar en lo que ama</p>
<p>Mujer, 35 años, casada, 1 hijo, católica, estrato 4, localidad de puente Aranda.</p>	<p>Trata de obtener un equilibrio en sus entornos y darle orden a los aspectos emocionales de su vida.</p>	<p>Con esfuerzo y trabajo duro en su día a día, tienen como barrera las órdenes de sus superiores en entornos laborales.</p>
<p>Frases que mejor describen su experiencia:</p>	<p>“Siento que mando en mi propio espacio”</p>	<p>“ cuando lo veo me siento única”</p>
<p>Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta:</p>	<p>Busca una conexión emocional con su producto.(logrado)</p>	<p>Quiere que el dinero valga la pena.(logrado)</p>

<p>Foto</p> 	<p>Miedos: Simplicidad. Frustraciones: Falta de conocimiento, respecto a cualquier tema. Ansiedades: Depresión, soledad.</p>	<p>Desea: Felicidad en su ambiente. Necesita: El contacto emocional. Anhela: Reflejar personalidad. Sueña: Gobernar su espacio.</p>
<p>Hombre, 39 años, divorciado, 1 hija, escéptico, estrato 5, localidad de Usaquén.</p>	<p>Armonía en sus espacios para acelerar su productividad laboral.</p>	<p>La soledad y falta de tiempo y orientación.</p>
<p>Frases que mejor describen su experiencia:</p>	<p>“Armoniza totalmente con mis gustos”</p>	<p>“Es simbólico de mi película favorita”</p>
<p>Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta:</p>	<p>Busca una organización</p>	<p>Mejora la salud mental en home office</p>

7. Propuesta de valor

Generamos dos posibles frases cortas que exponen nuestra propuesta de valor, con el fin de identificar nuestro emprendimiento captando las necesidades de nuestros clientes.

- Wabi decora y personifica tus espacios, porq así como tú nuestras obras no se pueden igualar.
- Hechos de piezas rotas, somos aún más hermosos.

Perfil del cliente

a. Trabajos del cliente

Los clientes requieren las obras Wabi por la necesidad de destacar entre los demás y salir de la monotonía en su vida y en el espacio en el que pasan una mayor parte del tiempo, en la pandemia, apoyan a las empresas que tienen una finalidad más allá de la monetaria en este caso, ambiental y artística, y buscan generar una empatía con el producto y la empresa sintiéndose identificados con lo que representa su compra.

b. Frustraciones del cliente

Se tiene el miedo a que luego de todo el proceso y de su adquisición la decisión en el diseño, color u orden no entre dentro del gusto del usuario y no se sienta satisfecho con los resultados ya sea específicamente con la pieza, o por cómo esta interactúa con el ambiente que él desea decorar.

c. Alegrías del cliente

Que el producto entregado por Wabi genere un lazo emocional con el usuario logrando que este refleje las emociones y gustos del cliente, empatizando con el espacio y dándole un toque único y armónico, sintiéndose del todo satisfecho con su obra, con el proceso de creación, el costo monetario, el trato, la entrega y orientación por parte de Wabi.

Mapa de valor

a. Aliviadores de frustraciones

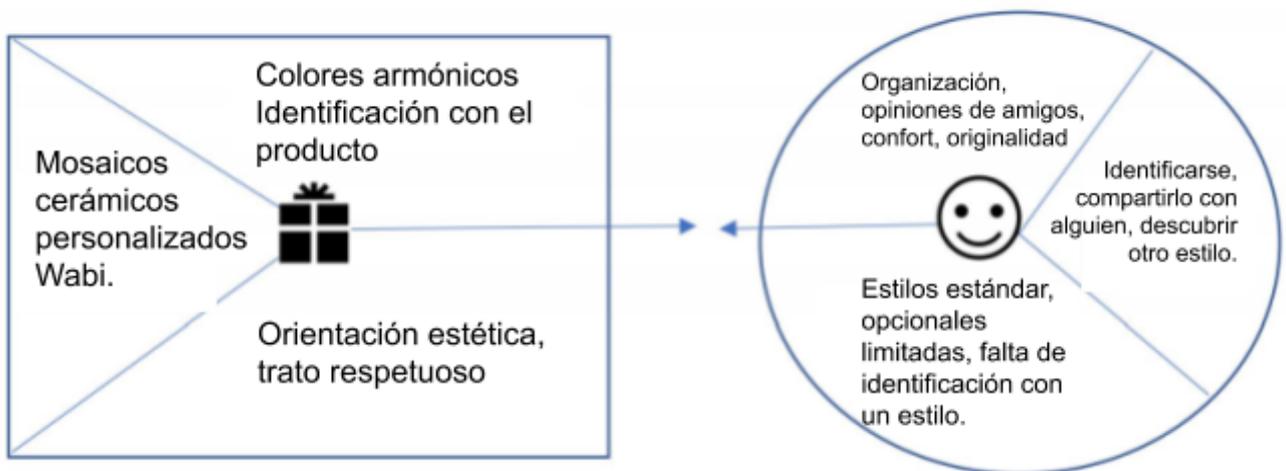
La orientación estética del espacio genera menos posibilidades en la insatisfacción del cliente por la no armonía entre obra y espacio a decorar, esto genera más acompañamiento en el proceso de creación, más confort y estilo propio.

b. Creadores de alegrías

La bocetación y charla con el cliente como medio para la identificación de la paleta cromática a utilizar en el cuadro esto también teniendo en cuenta el estilo del espacio a decorar que fue resultado de la orientación al usuario, con el fin de la identificación y armonía del producto.

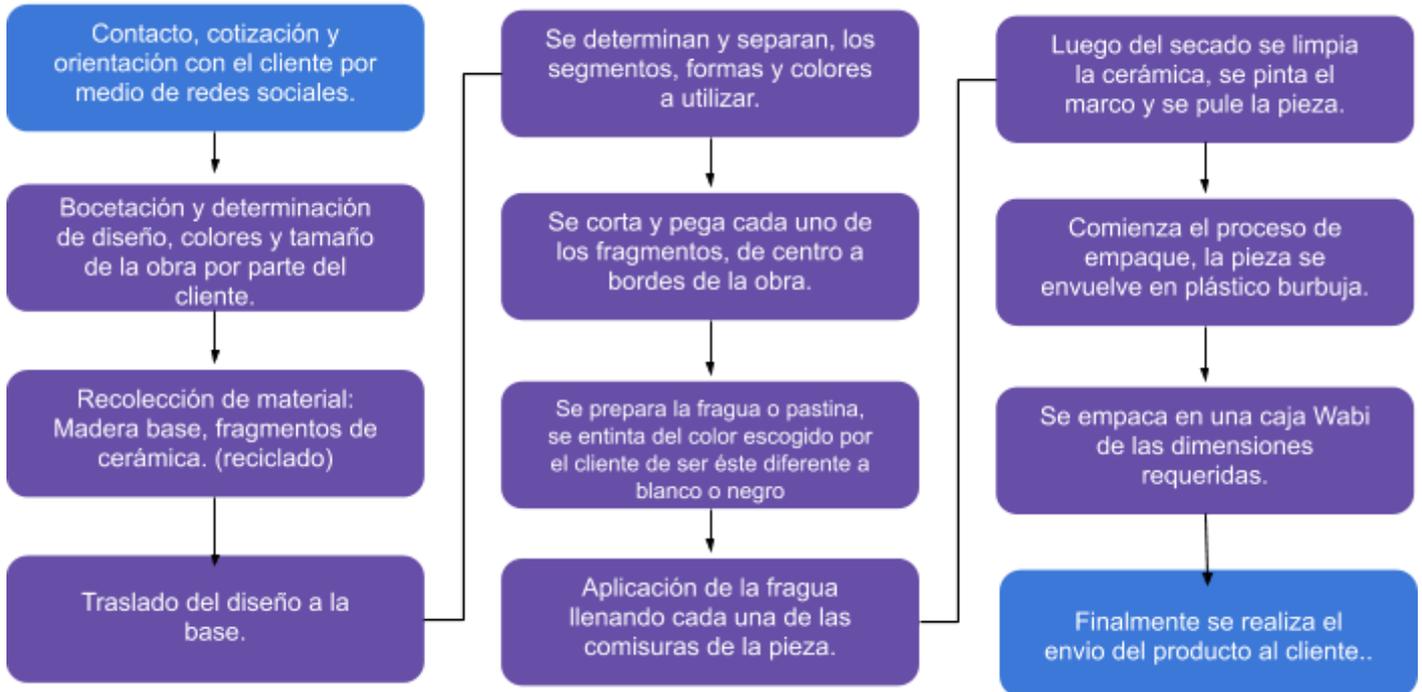
c. Productos y servicios

Mosaico artístico cerámico con piezas recicladas, personalizado.



8. Diseño del producto

Proceso del producto



8.1 Ficha técnica

a. Nombre del producto o servicio.	Cuadro personalizado en mosaico cerámico Wabi
b. Composición (material)	Retablo de madera, fragua o pastina, decoraciones de plástico, resina o vidrio.
c. Normas de calidad.	Wabi tiene la obligación de comprobar la calidad del retablo base con el fin de evitar desafortunados o quiebres en la obra.
d. Presentaciones comerciales.	Se fabrican combos entre cuadros artísticos y alguno de los productos que ofrecemos en mosaico utilitario como lo son el kit de 4 portavasos.
e. Tipo de empaque o embalaje.	Los cuadros Wabi son enviados en cajas de cartón con el nombre y la identidad gráfica de wabi del tamaño de la pieza la cual se encuentra protegida por plástico burbuja o papel espuma.
f. Material del empaque/ publicidad	Cartón corrugado, plástico burbuja, papel espuma. papel bond en la carta de agradecimiento.

g. Condición de conservación.	Se busca que tenga un espacio adecuado y a prueba de caídas y daños, esto es logrado por parte de la orientación al usuario.
h. Vida útil estimada, garantía.	El mosaico cerámico dura años en tiempo de descomposición, es decir que su ciclo de vida se interrumpe con caídas o golpes, en estos casos, se realiza una reposición del sector dañado, generando un remache que no es previsible.
i. Recomendaciones por tipo de cliente.	Se recomienda a los usuarios que la obra se mantenga fuera del alcance de niños y mascotas, puesto que debido a su peso puede llegar a ser peligroso y ocasionar daños.

8.3 Ciclo de vida

Teniendo en cuenta que nuestro emprendimiento se encuentra actualmente como una micro empresa con poco tiempo en marcha, el producto, cuadro personalizado en mosaico cerámico Wabi se encuentra en etapa de introducción pues, es lanzado por primera vez al mercado, nos encontramos ante una primera etapa la cual conlleva un mayor coste, ya que está afianzando al cliente con el nuevo producto, además difícil dar juicios a futuro pues no se sabe a ciencia cierta cual es el nivel de satisfacción del usuario con este. Las posibilidades de comercialización son la promoción del producto junto con las reseñas de los clientes que ya han hecho la compra de este con el fin de pasar a la etapa de crecimiento y de las demás partes el ciclo de vida completo del cuadro.

9. Precio de venta

El mosaico, no tiene precio fijo, puesto que son obras artísticas hechas a mano por medio de pinzas especiales a esta técnica, el precio varía entre el tamaño de los trozos, el tamaño del cuadro, complejidad de formas, tiempo de fabricación y precio de envío. Sin embargo, con el fin de realizar una cotización se realizó este cuadro con el costo de un mosaico infantil de 35cm x 50cm.

Costos de producción

+ Costo unitario de materiales	Cerámica, fragua o pastina, retablo de madera 35-.50 y pegamento de madera. \$20.000
+ Costo unitario mano de obra	Corte de materiales, manejo de herramientas y tiempo (2 días). \$60.000
+ Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fabricación)	Conocimiento, precio de herramientas y maquinaria cortadora. \$50.000
= Costo total unitario	\$130.000

Precio de venta (PV)

$$\text{PV} = \frac{\text{Costo Total Unitario}}{(1 - \% \text{ utilidad})} = \frac{130.000}{1 - 0,20} = \frac{130.000}{0,80} = 162.500$$

10. Prototipo

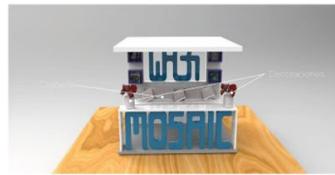
Se realizó un mosaico fabricado por Wabi mosaics con el fin de ilustrar el tipo de producto que ofrece el emprendimiento, este es para una mujer que acabo de tener a su bebé, realizó el encargo con el fin de decorar la habitación de su hijo con una pieza única especial para él, se utilizaron colores muy infantil como lo es el azul claro, el beige y el blanco, eso contando con la información recolectada en orientación, la habitación era de paredes blancas y azules y la mayoría de los juguetes eran de color azul, eta pieza fue realizada para ser colocada en la pared blanca de la cabecera de la cuna, nuestra clienta quedó satisfecha. Adicionalmente se presenta la propuesta de stand publicitario en el cual, Wabi a tiempos futuros pretende presentarse en islas para ferias comerciales.

Características del producto o servicio

El mosaico artístico es “una obra elaborada con teselas, es decir, pequeños fragmentos de piedra, cerámica o vidrio, de diferentes formas y colores, que se aplican sobre cualquier superficie para formar composiciones geométricas o figurativas de variados temas.” (S. 2015) en nuestro caso con cerámica y en ciertos casos, pequeñas cantidades de otros materiales con fines de detalles decorativos en la obra como lo son los dijes de plástico, los trozos de espejo, etc. El mosaico es elaborado con retablos de madera MDF del tamaño que sea requerida la obra, los trozos son pegados con colbon para madera y con las herramientas cortadoras de cerámica se le da la forma deseada a cada uno de los fragmentos de distinto colores y tamaños, esto con el fin de crear la figura deseada, posteriormente y luego de seco se prepara la mezcla de fragua, ya sea blanca o negra, si es blanca se deja así o se le agregan pigmentos para que adquiera el color deseado, se aplica y deja secar para luego limpiar los restantes y pulir.

Características del prototipo

Como fue mencionado anteriormente el proceso es el siguiente, se escoge el diseño a realizar, petición a partir del gusto de cliente, se escoge la paleta cromática y los colores y la cantidad de cada uno a utilizar, posteriormente y con ayuda de las herramientas cortadoras de cerámica se empiezan a realizar las formas de cada uno de los trozos, color por color con el fin de que el resultado de la obra sea imperfecto pero armonizado, estos se van organizando encima del retablo escogido, siendo pegados con colón para madera, cuando se esté satisfecho con el resultado se empieza a elaborar la mezcla para fraguar, esta puede ser blanca o negra, y se puede entintan creando el tipo de color que se necesite, se prepara la obra y se aplica la mezcla realizada, una vez bien seca, se procede a lijar y perfeccionar detalles.

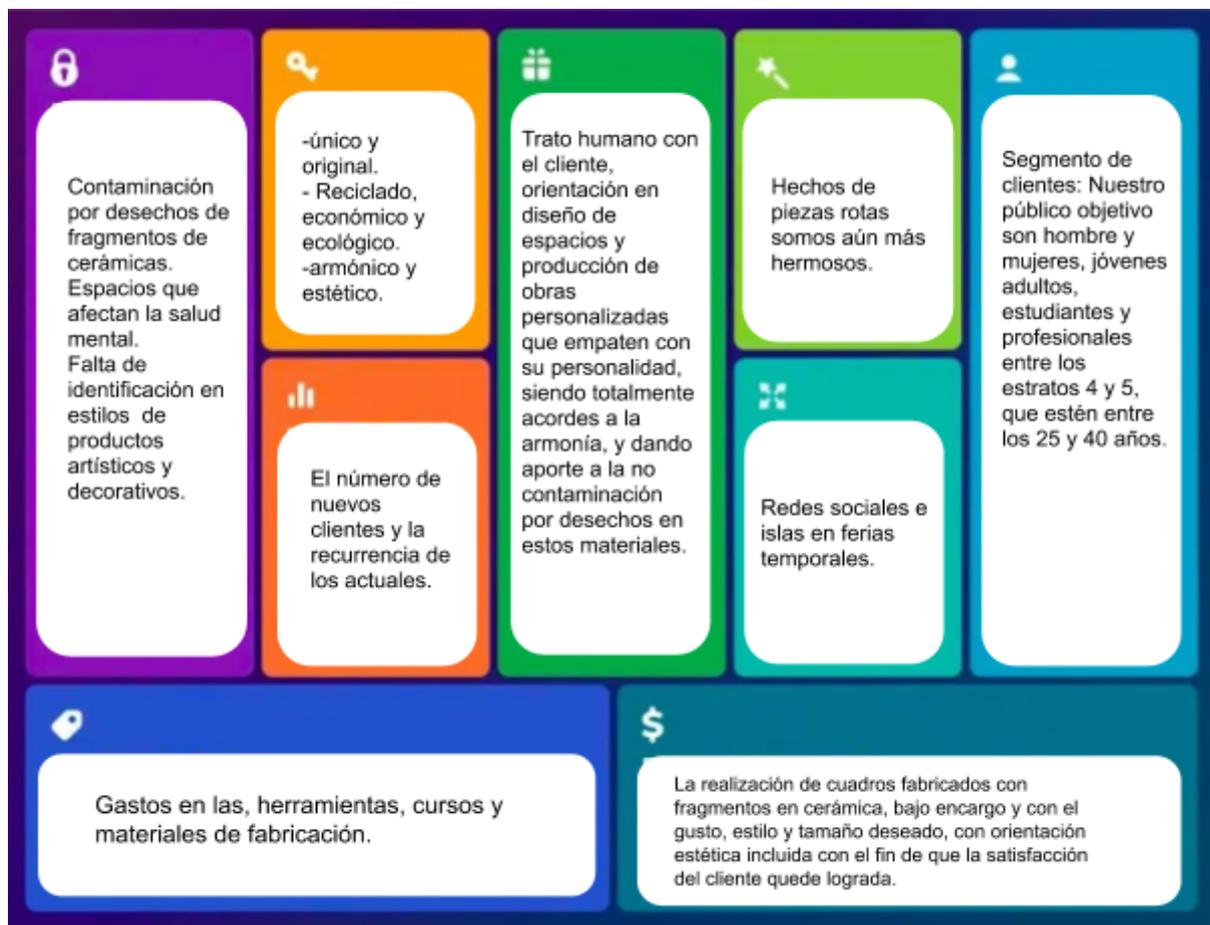


Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo

Se espera que el cliente tenga que realizar solo tres sencillos pasos para tener la obra de Wabi en su espacio decorado, desempacar, leer la carta de agradecimiento y colgar, luego no queda nada más que hacer que disfrutar de una obra única e irrepetible que solo tiene el usuario en específico. Evidencia del prototipo



11. Modelo Running Lean



Segmento de clientes:

Wabi cuenta con una segmentación de mercado demográfica, cuyo cliente potencial son hombres y mujeres, jóvenes adultos, estudiantes y profesionales, con edades entre los 35 y 40 años, con un tamaño de familia pequeña, con ingresos fijos de estratos 4 y 5, que busquen una pieza única y que transmita algo, sea agradable a la vista, a su gusto y se ajuste a su presupuesto, empresas que produzcan los materiales con los cuales se realizan los mosaico que puedan brindarnos el material que no les sea útil, y posibles aprendices de esta técnica que busquen adquirir conocimiento y llevarlo a cabo aportando al crecimiento de la misma.

Problema:

Contaminación por desechos de fragmentos de cerámicas, espacios que afectan la salud mental, falta de identificación en estilos de productos artísticos y decorativos. De acuerdo a estas problemáticas Wabi genera una solución a la siguiente pregunta ¿Cómo disminuir el desecho de fragmentos de cerámica, generando piezas artísticas que aporten de manera positiva a la salud mental?

Proposición de valor única

De acuerdo a la investigación de nuestro perfil de cliente realizado a continuación, generamos dos posibles frases cortas que exponen nuestra propuesta de valor, con el fin de identificar nuestro emprendimiento captando las necesidades de nuestros clientes.

- Wabi decora y personifica tus espacios, porq así como tú nuestras obras no se pueden igualar.
- Hechos de piezas rotas, somos aún más hermosos.

Solución:

De acuerdo a las problemáticas Wabi genera obras artísticas por medio de la técnica del mosaico cerámico, de manera personalizada y con orientación de diseño de espacio hacia el cliente, este emprendimiento cuenta con las siguientes características:

- Único y original.
- Reciclado, económico y ecológico.
- Armónico y estético.

Canales:

Dado que el público objetivo de wabi tiene un buen uso de la tecnología, sobre todo de las redes sociales, a pesar de no ser expertos en la materia como otros nichos de mercado, se sientes cómodos en este canal,, se propone una comercialización por Facebook e Instagram y

una promoción por medio de Twitter Tik Tok y Youtube, esto tomando como factor la modalidad de ventas por encargo y a domicilio contra entrega que el emprendimiento maneja, la pandemia y emergencia sanitaria actual. Sin embargo, la idea de negocio pretende también en escenarios futuros tener locación en las diferentes ferias comerciales realizadas en el país, esto con el fin de ser reconocida en varios sectores de la ciudad y aumentar su nivel competitivo frente a las empresas mosaiquerías con solo canales digitales.

Flujo de ingresos:

La realización de cuadros fabricados con fragmentos en cerámica, bajo encargo y con el gusto, estilo y tamaño deseado, con orientación estética incluida con el fin de que la satisfacción del cliente quede lograda.

Estructura de coste:

Gastos en las herramientas cortadoras de cerámica, pinzas, guantes, recipientes, colbones y tijeras, cursos y materiales de fabricación como fragmentos de cerámica, retablos de madera, y fragua o pastina.

Métricas clave:

Es importante como una métrica estadística el número de nuevos clientes y la recurrencia de los actuales dentro de la idea de negocio Wabi, esto ayudará a generar unos patrones de consumo de nuestros productos.

Ventaja especial competitiva:

La ventaja competitiva especial que presenta Wabi mosaic es el buen trato humano con el cliente, orientación en diseño de espacios y producción de obras personalizadas que empaten con su personalidad, siendo totalmente acordes a la armonía, y dando aporte a la no contaminación por desechos en estos materiales, sobre todo la cerámica, con un alto tiempo

de descomposición y en el emprendimiento con un protagonismo especial.

Importancia

La importancia de Running Lean en la idea de negocio, es enorme, puesto que se condensa la información recolectada en todo el transcurso del documento, se confirman cada una de las secciones importantes y se enfocan las que tienen más importancia en cada caso, esto, con el fin de llegar a una validación de negocio con un resultado decisivo para el emprendimiento, de acuerdo a el Running Lean de Wabi mosaic se genera la siguiente interrogante con el propósito de iniciar la primera fase de validación:

¿Los hombres y mujeres, entre los 25 y 30 años, de estratos socioeconómicos 4 y 5, tienen interés en comprar cuadros de mosaico cerámico y personalizados Wabi realizado con fragmentos de cerámica y retablos de madera reciclados, con el fin de decorar su hogar?

12. Validación de ideas de negocio

1. Objetivos de investigación

General

- Definir si nuestro público objetivo muestra interés en la compra de cuadros de mosaico artístico Wabi, con el fin de decorar su espacio, apoyar el reciclaje y reutilización y fortalecer su salud mental..

Específicos

- Identificar si para nuestro público objetivo la organización y decoración de su espacio es un factor importante para su vida.
- Investigar qué tan identificados se sienten con las obras artísticas presentadas

por el mercado actual.

- Conocer que tanta importancia le dan a los beneficios ambientales de los productos que compran.

2. Tipo de investigación

Dado que la mayoría de nuestros objetivos son de determinar que tanto nuestro público objetivo se encuentra de acuerdo con ciertas variables, nos parece ideal realizar un tipo de investigación cuantitativa, una encuesta que nos ayude a medir la afinidad de nuestro público con nuestra idea de negocio, para que de esta manera, y luego de tabular la información, lograremos definir las posibilidades de éxito que presenta, confirmarla, desartarla o mejorarla en base a los resultados de cada ámbito a estudiar.

3. Formulario de encuesta

- ¿Qué valor tiene el arte en su vida cotidiana?
- ¿Qué tanto disfruta manifestaciones artísticas en su entorno? (Música, teatro, cine, artes plásticas, literatura..)
- ¿Qué tan importante es para usted mantener el orden y la armonía visual en su hogar y espacios recurrentes?
- ¿Qué probabilidad hay de que compre productos decorativos para su hogar?
- ¿Qué tan a menudo acostumbra comprar cuadros, espejos y/o portarretratos?
- Cuando realiza una compra con fines decorativos, ¿que tan identificado se siente con los estilos ofrecidos?
- ¿En qué medida la presentación de sus espacios y entornos frecuentes reflejan su personalidad?

- ¿Qué tanto disfruta de los productos personalizados?
- ¿Qué tan importante es el cuidado ambiental en su hogar?
- ¿Qué tan a menudo tiene en cuenta el impacto ambiental generado por los productos que compra?

Todas estas preguntas serán respondidas por medio de opciones del 1 al 5 dependiendo de qué tan positiva o negativa es la respuesta de estas.

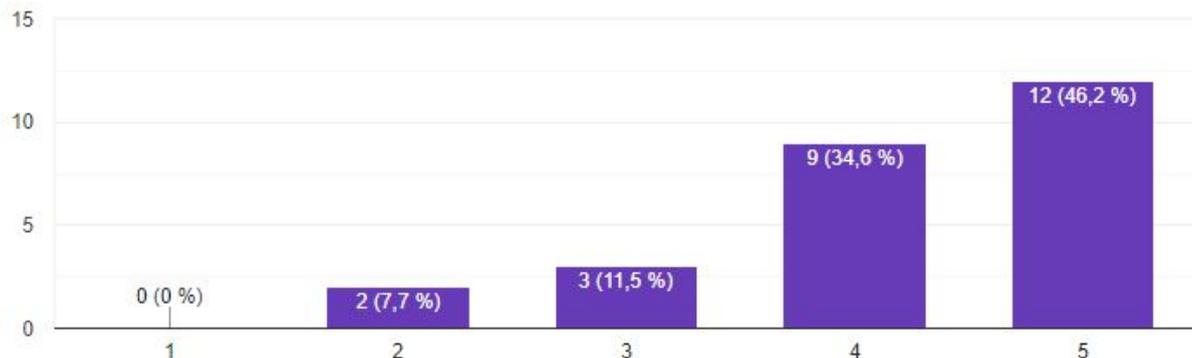
4. Tamaño de la muestra

Se realizó la encuesta a 26 hombres y mujeres entre los 25 y 40 años, residentes de Bogotá, que cumplen con el perfil óptimo requerido para la investigación, puesto que nos generan información relevante que nos ayudará a generar estrategias de valor para nuestros futuros clientes.

13. Tabulación y análisis de la información.

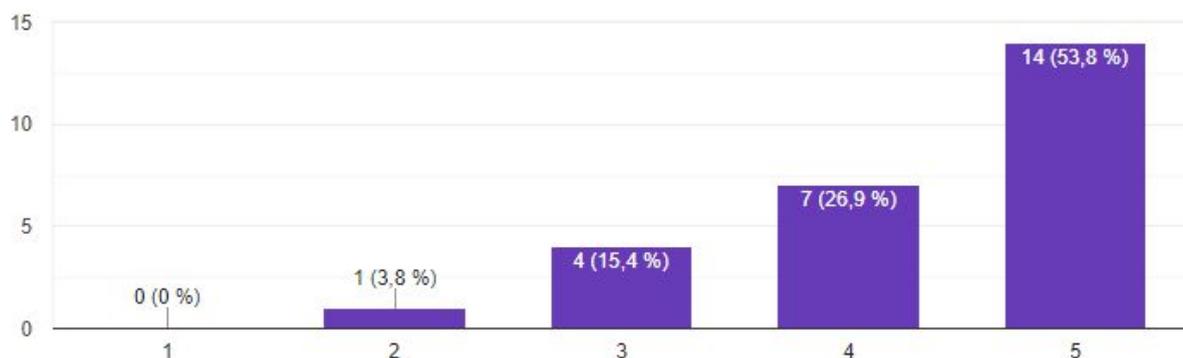
Análisis de datos:

Los resultados generales de la encuesta, fueron satisfactorios en la mayoría de aspectos, sin embargo, hubo otros que dieron resultados diferentes a los esperados inicialmente. El 48% de los encuestados expresa que el arte en su vida tiene un valor muy importante, en la siguiente pregunta, del 100%, de los encuestados el 52% disfruta de las manifestaciones de arte en su entorno, el porcentaje sube a diferencia del anterior, siendo preguntas bastante relacionadas, posteriormente se evidencia que el 68% de los encuestados disfruta del orden en su entorno, pero tan solo el 32% tiene las posibilidades máximas para la compra decoraciones para este, y el 56% expresa que de esas decoraciones no muy a menudo son productos de nuestro catálogo, a diferencia de lo esperado, el nivel de identificación con los estilos que propone el mercado actual es satisfactorio, con un 48%.



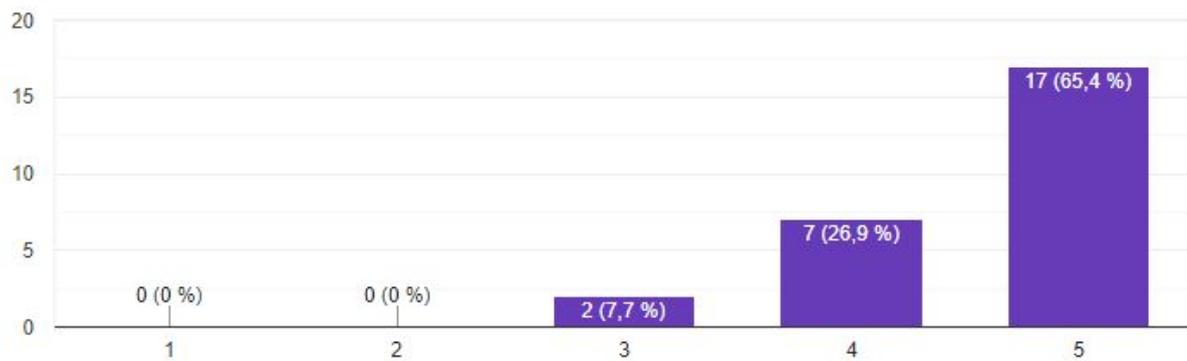
Análisis ¿Qué valor tiene el arte en su vida cotidiana?

La mayoría de encuestados expresan que el arte sí tiene importancia en su vida, y la mitad expresa que es muy importante en esta, esto es beneficioso para Wabi puesto que nuestros productos son arte, y aquí verificamos que a nuestro público objetivo le importan este tipo de productos.



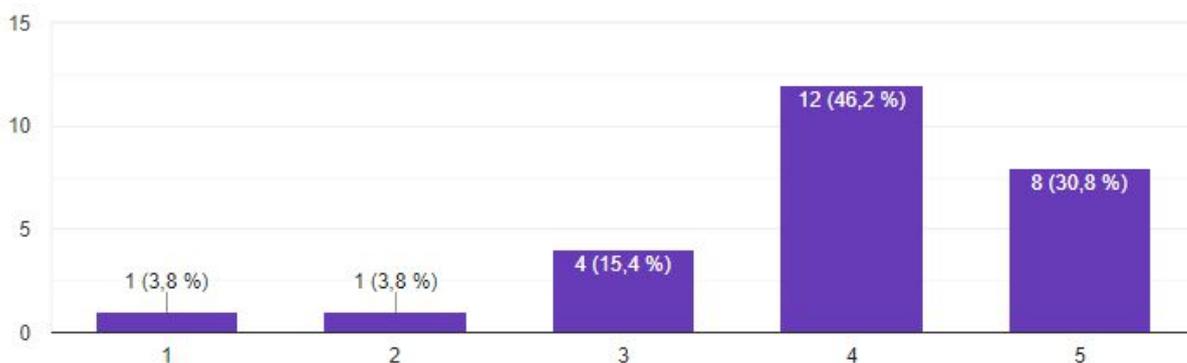
Análisis ¿Qué tanto disfruta manifestaciones artísticas en su entorno? (Música, teatro, cine, artes plásticas, literatura..)

El porcentaje positivo de esta pregunta aumentó a comparación de la anterior, se evidencia el público que a pesar de no tener el arte como factor de gran importancia en su vida, si disfruta de las manifestaciones de este en su entorno, esto aumenta nuestra visión en nuestros clientes pues no es necesario el amor al arte para el disfrute de este en los entornos cotidianos.



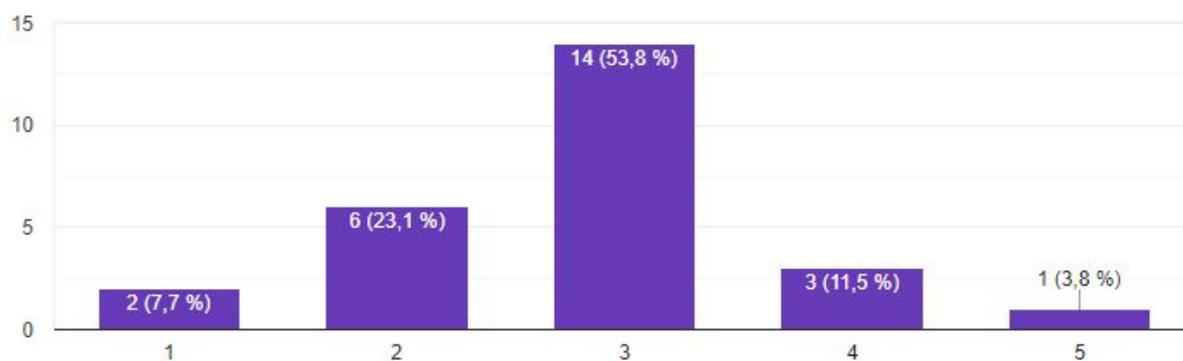
Análisis ¿Qué tan importante es para usted mantener el orden y la armonía visual en su hogar y espacios recurrentes?

El 65% de los encuestados manifiesta que disfruta del orden y la armonía visual dentro de sus entornos recurrentes, esto es beneficioso para Wabi el cual genera soluciones a las problemáticas que afectan este factor del que tanto disfrutan nuestros posibles clientes.



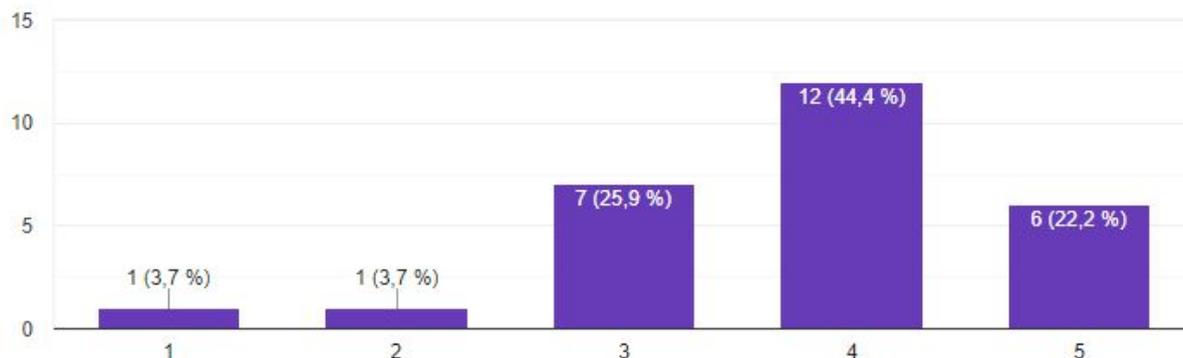
Análisis ¿Qué probabilidad hay de que compre productos decorativos para su hogar?

La mayoría de las personas encuestadas tienen una alta posibilidad de comprar productos decorativos, sin embargo, existe alguna variable que no permite que esta posibilidad sea la máxima y tan solo el 30,4% presenta todas las posibilidades de compra, el 46,2% tiene altas posibilidades de compra pero no son lo suficientemente altas, y aún existe un 3,8% que ni siquiera tiene posibilidades de compra.



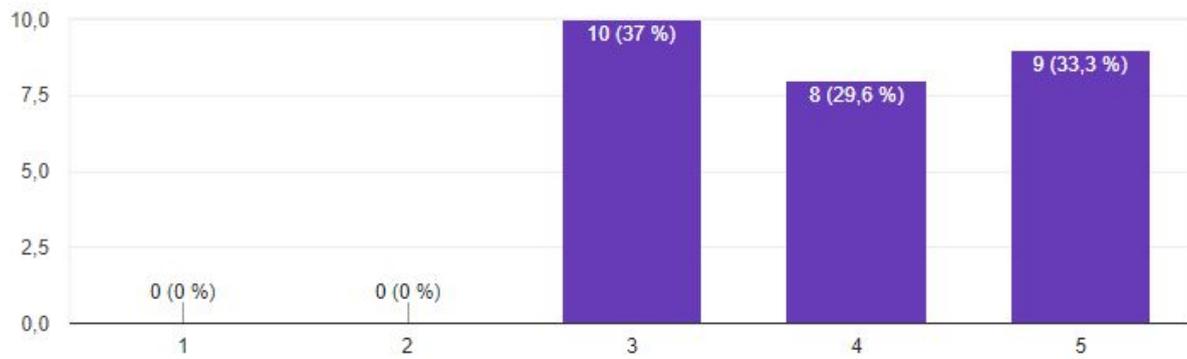
Análisis ¿Qué tan a menudo acostumbra comprar cuadros, espejos y/o portarretratos?

El porcentaje de esta pregunta baja considerablemente a las respuesta anteriores, pues de los filtró en que las personas compraban productos decorativos se presenta una baja frecuencia en la que estos productos decorativos son cuadros, espejos y portarretratos, productos del catálogo Wabi, disminuyendo las posibilidades de frecuencia de compra en esta idea de negocio.



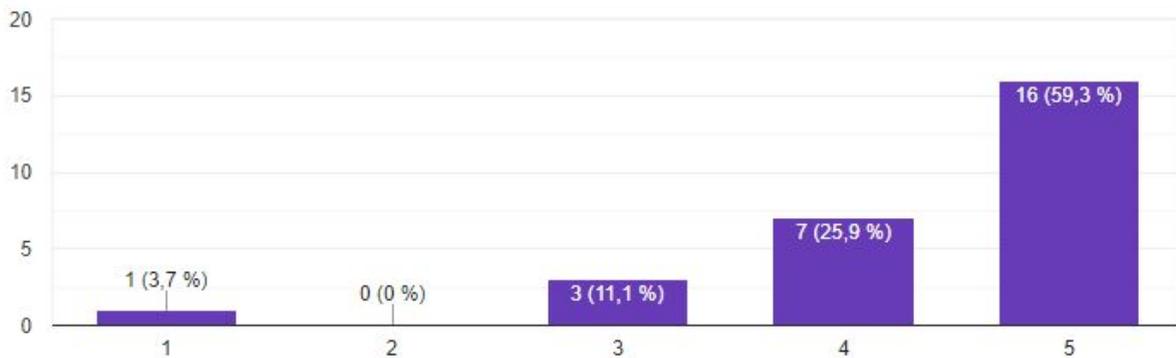
Análisis Cuando realiza una compra con fines decorativos, ¿Qué tan identificado se siente con los estilos ofrecidos?

Se identifica un resultado diferente al esperado en la identificación presentada por los usuarios con los estilos que propone el mercado actual, esto perjudica a Wabi pues las estrategias deben cambiar debido a que la no identificación con los estilos ya mencionados no son una problemática amplia.



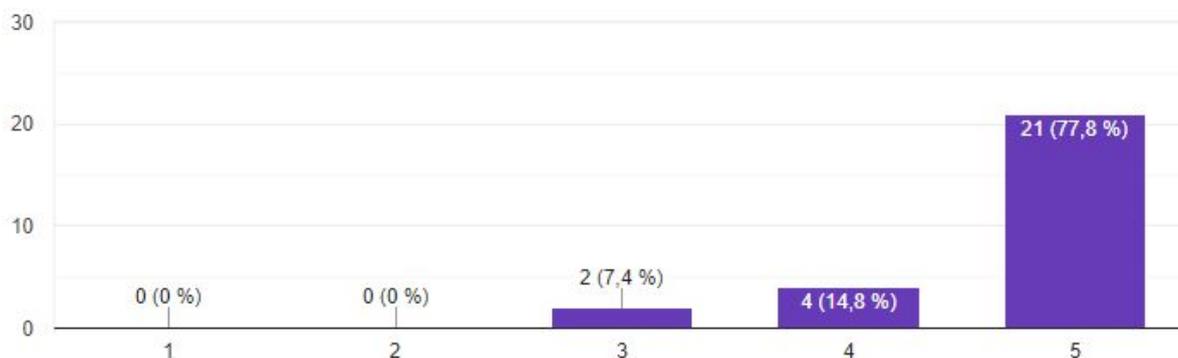
Análisis ¿En qué medida la presentación de sus espacios y entornos frecuentes reflejan su personalidad?

Estas respuesta estuvieron muy igualadas en las variables positivas, se genera una respuesta de afirmación con la pregunta presentada sin embargo en el 37% de los encuestados, no los representa totalmente, aún quedan detalles que mejorar con el fin de que logre reflejar su personalidad, esto se espera lograr por medio de nuestros productos.



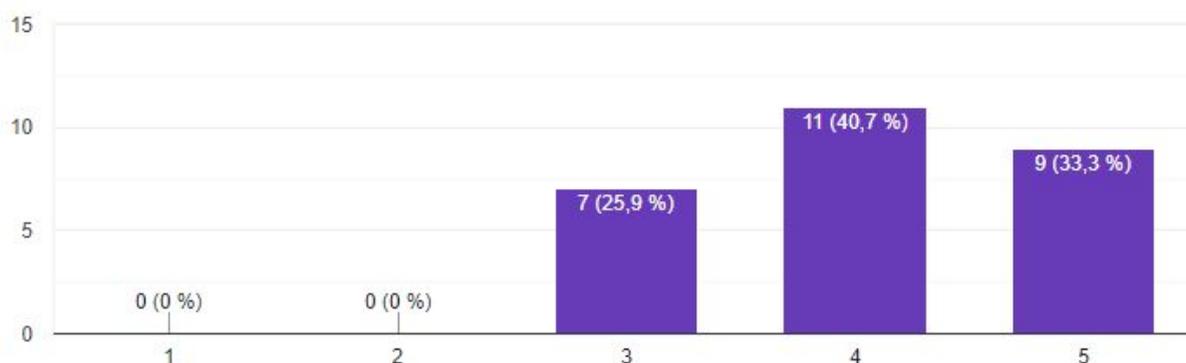
Análisis ¿Qué tanto disfruta de los productos personalizados?

A favor de la idea de negocio presentada, existe un 59,7% dentro de la muestra encuestada de público que gusta de los productos personalizados, esto aprueba una de las características principales del catálogo de productos Wabi.



Análisis ¿Qué tan importante es el cuidado ambiental en su hogar?

Un porcentaje muy alto responde que le da mucha importancia al cuidado ambiental en su hogar, esto empatiza con los objetivos y procesos presentados por la idea de negocio con el fin de tener resultados positivos para el medio ambiente, en producción y en toda la extensión de la microempresa.



Análisis ¿Qué tan a menudo tiene en cuenta el impacto ambiental generado por los productos que compra?

El porcentaje no fue el esperado en esta pregunta puesto que a pesar que en el anterior punto se evidenció un alto interés por el ámbito ambiental, en la compra de productos no se genera la misma importancia, sin embargo, esto puede ser un reto para Wabi con el fin de mejorar este índice y lograr que los encuestados tengan este factor en cuenta para ayudar.

14. Lecciones aprendidas y recomendaciones

Aprendí a estructurar bien la idea de negocio y emprendimiento que ya venía manejando, sinceramente siento que este proyecto será de gran ayuda para seguir creciendo junto a Wabi mosaics, aportando a la sociedad de manera positiva y generando bienestar en la salud mental ayudando también al medio ambiente, la encuesta realizada, ayudará a enfocar mejor el emprendimiento con el fin de disminuir posibilidades de riesgo pues hubieron resultados que no estaban esperados en la estructuración, sin embargo, estos no fueron drásticos y la mayoría de los presentado tiene un muy buen potencial para su exitoso crecimiento, espero completar mi proceso por mi cuenta y volver Wabi una empresa legalmente constituida que siga creciendo y en un futuro pueda abarcar más problemáticas y combatir también contra el desempleo en Colombia.

15. Bibliografía

{ Ld_Json_Firma }. (2016, 10 diciembre). *La sensibilidad en el arte, un ritual del que disfrutar paso a paso*. heraldo.es.

<https://www.heraldo.es/noticias/branded/2016/12/10/la-sensibilidad-arte-ritual-del-que-disfrutar-paso-paso-1147173-2261125.html>

Báez, L. F. (2020, 22 noviembre). *¿Sabías que el diseño de tu casa afecta tu salud?* LatinAmerican Post.

<https://latinamericanpost.com/es/24632-sabias-que-el-diseno-de-tu-casa-afecta-tu-salud>

Castellanos, M. (2020, 23 marzo). *El sector cultural es uno de los más afectados por el COVID-19*. Razón Pública.

<https://razonpublica.com/sector-cultural-uno-los-mas-afectados-covid-19/>

CECOLDA - Centro Colombiano del Derecho de Autor - LEY 23 DE 1982 SOBRE

DERECHO DE AUTOR. (s. f.). Centro Colombiano del Derecho de Autor. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<http://www.cecolda.org.co/index.php/derecho-de-autor/normas-y-jurisprudencia/normas-nacionales/124-ley-23-de-1982-sobre-derecho-de-autor>

Celestial Mosaics | Sun Moon Mosaics. (s. f.). Mozaico. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de <https://www.mozaico.com/collections/celestial-mosaic>

Ceramicas Myriam Mosaicos. (s. f.). *Ceramicas Myriam Mosaicos – Azulejos herramientas e insumos para mosaico*. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<https://ceramicasmiriam.cl/>

Cerem Business School. (2016, 22 julio). ▷ *Impacto Ambiental del Sector Cerámico*.

Ceremb.

<https://www.cerembs.co/blog/impacto-ambiental-del-sector-ceramico#:~:text=Emisiones%20en%20la%20producci%C3%B3n%20de%20cer%C3%A1mica&text=El%20gran%20volumen%20de%20emisiones,en%20el%20proceso%20de%20producci%C3%B3n>.

Economía., R. (2020, 7 enero). *Este año cambiará la forma en la que se define el tamaño de las empresas*. ELESPECTADOR.COM.

<https://www.elespectador.com/noticias/economia/este-ano-cambiara-la-forma-en-la-que-se-define-el-tamano-de-las-empresas/#:~:text=Actualmente%2C%20el%20tama%C3%B1o%20de%20una,cambia%20las%20reglas%20de%20juego>.

Editorial La República S.A.S. (2016, 26 octubre). “*El país que más ha crecido en arte es Colombia*”. La república.

<https://www.larepublica.co/ocio/el-pais-que-mas-ha-crecido-en-arte-es-colombia-2435221>

Espinosa, R. (2019, 14 noviembre). *El ciclo de vida de un producto y sus 4 etapas*. Roberto Espinosa. <https://robertoespinosa.es/2018/11/04/ciclo-de-vida-de-un-producto>

Facebook - Meld je aan of registreer je. (s. f.-a). Facebook. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

Historia del mosaico | Domus Sophiae. (s. f.). Domus Sphiae. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de <https://domussophiae.com/historia/>

Influencias en la estrategia de marketing. (s. f.). La voz. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de <https://pyme.lavoztx.com/influencias-en-la-estrategia-de-marketing-8586.html>

M. (2020, 25 junio). *WABI SABI: La Belleza de la Imperfección en 5 Pasos - Nomadbubbles*.

Nomad Bubbles. <https://www.nomadbubbles.com/wabi-sabi/>

Mitjana, L. R., & Ruiz Mitjana, L. (2020, 20 noviembre). *Sectores económicos de Colombia: características y datos*. Psicología y Mente.

<https://psicologiaymente.com/cultura/sectores-economicos-colombia>

Mosaicos Archivos. (s. f.). Decorceramica. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de https://www.decorceramica.com/categoria-producto/pisos_y_paredes/mosaicos/?filter_val_o=utlet=no

Mosaicos Archivos. (s. f.). Decorceramica. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de https://www.decorceramica.com/categoria-producto/pisos_y_paredes/mosaicos/?filter_val_o=utlet=no

Pagano, J. (2019, 10 septiembre). *Un toque de mosaiquismo*. Está Bueno.

<https://www.estabueno.com.ar/un-toque-de-mosaiquismo/#:%7E:text=El%20arte%20del%20mosaiquismo%20se,diversas%20formas%2C%20texturas%20y%20colores.>

Procesos de reciclaje de RAEE | Reciclaje electrónico y gestión de RAEE. (s. f.). Ecolec.

Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<https://www.ecolec.es/informacion-y-recursos/procesos-de-reciclaje/>

¿*Qué es «actividad económica»?* (s. f.). Actividad Económica. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<http://www.asociaciones.org/formacion/item/168-que-es-actividad-economica#:%7E:text=En%20esencia%2C%20una%20actividad%20econ%C3%B3mica,actividad%20econ%C3%B3mica%20adquiere%20relevancia%20fiscal.>

Reposición de Cerámicas, Azulejos y Mosaicos. (s. f.). *compra / venta*. Recuperado 22 de

noviembre de 2020, de <http://www.reposiciondeceramicas.com/category/compra-venta/>

Reyes, D. (s. f.). *Degradación en material cerámico*. prezi.com. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de <https://prezi.com/kumtcbwavbyh/degradacion-en-material-ceramico/>

Rodríguez, J. (2019, 17 febrero). *Amor por el mosaico*. La Voz.

<https://www.lavoz.com.ar/numero-cero/amor-por-mosaico>

S. (2015a, julio 27). *Significado de Mosaico*. Significados.

<https://www.significados.com/mosaico/#:%7E:text=Como%20tal%2C%20un%20mosaico%20es,escenas%20de%20la%20vida%20cotidiana.>

S.A., H. C. (s. f.-a). *MOSAICOS CHILE*. Mosaicos Chile. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de <https://mosaicoshile.cl/nosotros.html>

Secretaría del senado. (s. f.). *Código de comercio*. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Sempli. (s. f.). Sempli. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<https://www.sempli.co/como-funciona>

T. (2016, 15 abril). *Los bienes sustitutos y complementarios en la estrategia de empresa*.

CepymeNews.

<https://cepymenews.es/los-bienes-sustitutivos-y-complementarios-en-la-estrategia-de-empresa/#:%7E:text=Los%20bienes%20sustitutivos%20son%20aquellos,de%20sus%20sustitutivos%2C%20y%20viceversa.>

Tiempo, R. E. L. (2001, 4 junio). *EL IVA EN LAS OBRAS DE ARTE*. El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-498626#:%7E:text=Respuesta.,realicen%20directamente%20por%20el%20autor.>

Todo sobre las pymes en Colombia. (s. f.). Bancolombia. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>

Vende por internet. (s. f.). Visa. Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/vende-por-internet.html>

Venta De Ceramica Para Pisos en Mercado Libre Colombia. (s. f.). Mercado Libre.

Recuperado 22 de noviembre de 2020, de

<https://listado.mercadolibre.com.co/venta-de-ceramica-para-pisos>