

**DISEÑO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE MOCHILAS WAYÚU DESDE LA  
GUAJIRA COLOMBIANA HACIA EL REINO DE ESPAÑA**



**ALEXIS GIANCO CABRERA OÑATE**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS  
COMERCIO INTERNACIONAL  
VALLEDUPAR  
2024**

**DISEÑO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE MOCHILAS WAYÚU DESDE LA  
GUAJIRA COLOMBIANA HACIA EL REINO DE ESPAÑA**

**ALEXIS GIANCO CABRERA OÑATE**

**Monografía presentada como trabajo de grado para optar por el título de  
profesional en Comercio Internacional**

**Asesor Temático**

**JOSÉ RODRIGO BERMÚDEZ GÓMEZ**

**Magíster en Dirección de Comercio Exterior e Internacionalización de  
Empresas**

**Asesor Metodológico**

**SANDRA LILIANA PABÓN CUELLAR**

**Magíster en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS  
COMERCIO INTERNACIONAL  
VALLEDUPAR  
2024**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Valledupar, Cesar

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a toda la comunidad Wayuu principalmente a Guamachito comunidad a la cual pertenezco, cuya creatividad y habilidades artesanales han inspirado esta investigación, a su invaluable legado artesanal, inspiración de esta investigación sobre la exportación de mochilas a España. Que este trabajo contribuya a difundir y valorar la riqueza cultural de las comunidades Wayúu.

Dedico este trabajo a mi familia y amigos por su constante apoyo emocional y motivacional durante todo el proceso, especialmente a mi madre, su aliento fue un motor que me impulsó a perseverar y completar este trabajo de manera satisfactoria.

Este proyecto no habría sido posible sin la colaboración y el respaldo de todas estas personas e instituciones, a las que estoy profundamente agradecido.

## **AGRADECIMIENTOS**

A todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de esta monografía sobre la exportación de mochilas wayuu a España.

En primer lugar, agradezco a Dios y a mis tutores Temáticos y Metodológicos José Rodrigo Bermúdez Gómez y Sandra Liliana Pabón Cuellar, por sus orientaciones expertas y sus valiosos consejos a lo largo de este proceso de investigación. Su apoyo fue fundamental para dar forma a este trabajo y alcanzar un análisis sólido de los temas abordados.

También quiero agradecer a las artesanas Wayuu que generosamente compartieron su conocimiento y experiencia conmigo durante las entrevistas y visitas de campo. Su perspectiva directa fue esencial para comprender los aspectos culturales y económicos involucrados en la exportación de mochilas wayuu.

Además, agradezco a la Universidad Popular del Cesar por brindarme los recursos y el ambiente propicio para llevar a cabo esta investigación. El acceso a la biblioteca y a las bases de datos fue fundamental para recopilar información relevante y actualizada.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I .....	14
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	16
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	17
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	18
1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
CAPÍTULO II .....	21
2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	21
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
2.2 BASES TEÓRICAS .....	26
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	36
2.4 SISTEMA DE VARIABLES.....	38
2.4.3 Variable operacional. ....	38
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	40
CAPÍTULO III .....	42
3. MARCO METODOLÓGICO .....	42
3.1 PARADIGMA Y ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	42
3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	44
3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS .....	45

3.7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
CAPÍTULO IV.....	48
4. ANÁLISIS DE RESULTADO.....	48
4.1 DESCRIBIR EL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LA COMUNIDAD WAYÚU Y SU CAPACIDAD PRODUCTIVA. ....	48
4.1.1 Contexto socioeconómico.....	48
4.1.2 Capacidad productiva.....	51
4.2 IDENTIFICAR LOS REQUISITOS LEGALES Y LOGÍSTICOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MOCHILAS WAYÚU DESDE LA GUAJIRA, COLOMBIA, HACIA EL REINO DE ESPAÑA.....	57
4.2.1 Requisitos legales.....	57
4.2.2 Requisitos logísticos.....	61
4.3 CARACTERIZAR EL MERCADO POTENCIAL DE MOCHILAS WAYÚU EN EL REINO DE ESPAÑA.....	66
4.3.1 Mercado potencial.....	68
4.4 PROPONER ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN ADECUADAS PARA LAS MOCHILAS DE LA GUAJIRA COLOMBIANA EN EL MERCADO ESPAÑOL.....	75
4.4.1 Estrategias de comercialización.....	75
4.5 PLAN DE EXPORTACIÓN.....	81
4.5.11 Empaque, embalaje y unitarización.....	99
4.5.13 Requisitos legales y logísticos.....	105
4.5.14 Ruta de DFI (Distribución Física Internacional).....	107
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES.....	113
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	115

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Matriz Categorical de la Variable Plan de Exportación	41
Tabla 2. Procedimiento de la Investigación	4
Tabla 3. Nivel de ingreso de los artesanos wayuu	48
Tabla 4. Nivel de educación de la comunidad wayuu	49
Tabla 5. Acceso a servicios de la población wayuu	50
Tabla 6. Proceso de producción de mochilas wayuu	51
Tabla 7. Análisis PASTEL de las mochilas wayuu en España	67
Tabla 8. Artesanos de mochilas Wayuu en la Guajira	87
Tabla 9. Costos generales asociados a la exportación	96
Tabla 10. Procedimientos y tiempos requeridos para exportar	97
Tabla 11. Mochila Wayuu Tradicional	99
Tabla 12. . Tipos de embalaje, unitarización y contenedores a utilizar en el proyecto.	100
Tabla 13. Análisis financiero	102
Tabla 14. Estado de los resultados proyectados	103
Tabla 15. Tipos de ICONTERMS 2020	105
Tabla 16. Matriz DOFA	109

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Figura 1. Mapa la gran nación Wayuu	19
Figura 2. Artesanas Wayuu	20
Figura 3. Estructura de plan de exportación	30
Figura 4. Valoración de la calidad de mochilas Wayuu	54
Figura 5. Costo de producción de las mochilas en dólares	56
Figura 6. Ruta de distribución	64
Figura 7. Análisis de mercado regional de las mochilas	68
Figura 8. Plataforma Etsy	74
Figura 9. Portal Slow fashion next	74
Figura 10. Tienda el corte Ingles	77
Figura 11. Diseño de mochilas Wayuu	85
Figura 12. Simbología de los tejidos Wayuu	86

## ALEXIS GIANCO CABRERA OÑATE

Cabrera Oñate Alexis Gianco. Diseño del plan de exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira colombiana hacia el reino de España. Universidad Popular del Cesar. Programa: Comercio Internacional. Valledupar. 2024.

### RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo diseñar un plan de exportación para las mochilas Wayúu desde La Guajira colombiana hacia España, aprovechando las oportunidades comerciales y la demanda de artesanías colombianas en el mercado español. A través de una investigación exhaustiva, se analizaron las relaciones comerciales entre los dos países, se identificó el potencial del mercado español para las mochilas Wayúu y se propuso una estrategia diferenciadora basada en la instrumentalización de un contacto personal con los clientes potenciales. El diseño de investigación fue documental y bibliográfico, basado en el análisis de fuentes secundarias como estudios previos, bases de datos comerciales y literatura sobre exportación de artesanías. Este enfoque permitió obtener información relevante sobre el contexto comercial y las oportunidades de exportación en España. El tipo de investigación fue descriptivo, ya que se centró en describir el proceso de exportación, las características del mercado español y los posibles beneficios para los artesanos Wayuu . Así mismo los resultados obtenidos demuestran la viabilidad y el potencial de este emprendimiento, respaldado por las condiciones favorables del mercado y la estrategia propuesta. Se concluye que el plan de exportación de mochilas Wayúu a España representa una oportunidad prometedora para el comercio artesanal colombiano, con beneficios tanto para los artesanos de La Guajira como para los consumidores españoles interesados en productos únicos y de alta calidad. Se recomienda la implementación de este plan, así como la realización de futuras investigaciones para explorar nuevas oportunidades y estrategias en el ámbito de la exportación de artesanías colombianas.

**Palabras clave:** mochilas Wayúu, plan de exportación, artesanías colombianas, España

## **ALEXIS GIANKO CABRERA OÑATE**

Cabrera Oñate Alexis Gianko. Diseño del plan de exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira colombiana hacia el reino de España. Universidad Popular del Cesar. Programa: Comercio Internacional. Valledupar. 2024.

### **ABSTRACT**

This study aimed to design an export plan for Wayúu bags from La Guajira, Colombia to the Kingdom of Spain, taking advantage of commercial opportunities and the demand for Colombian crafts in the Spanish market. Through exhaustive research, the commercial relations between the two countries were analyzed, the potential of the Spanish market for Wayúu backpacks was identified, and a differentiating strategy was proposed based on the instrumentalization of personal contact with potential customers. The research design was documentary and bibliographic, based on the analysis of secondary sources such as previous studies, commercial databases and literature on craft exports. This approach allowed us to obtain relevant information about the commercial context and export opportunities in Spain. The type of research was descriptive, since it focused on describing the export process, the characteristics of the Spanish market and the possible benefits for Wayuu artisans. The results obtained demonstrate the viability and potential of this venture, backed by favorable market conditions and the proposed strategy. It is concluded that the export plan of Wayúu backpacks to Spain represents a promising opportunity for Colombian artisanal trade, with benefits for both the artisans from La Guajira region and Spanish consumers interested in unique and high-quality products. The implementation of this plan is recommended, as well as the conduct of future research to explore new opportunities and strategies in the field of Colombian crafts export.

**Keywords:** Wayúu bags, export plan, Colombian crafts, Spanish market.

## INTRODUCCIÓN

Miles de familias colombianas se dedican a laborar con sus manos en distintas obras de arte que de forma peyorativa se les llama artesanías y que tienen como base de su valor precisamente el hecho de ser fabricadas manualmente. Los tejidos forman parte de la cultura de muchas etnias en el país, entre los que aparece el arte Wayúu que tiene una gama de diseños que se expresan en mantas, chinchorros, sombreros, manillas y mochilas. Las mochilas son llamadas en algunos lugares con el distintivo de “bolsos” en la medida que se sesga su uso a las mujeres, en realidad tanto hombres como mujeres las usan. En La Guajira, así como en cada rincón de la Costa Caribe colombiana, es muy frecuente ver el uso generalizado de este accesorio tanto en hombres como en mujeres de todas las edades.

En el presente plan de exportación se exploran las posibilidades de comercializar mochilas wayúu desde la guajira colombiana hacia el reino de España, en la medida que este mercado ha acogido a las artesanías colombianas de muy buena forma. La propuesta tiene como ingrediente diferenciador el hecho de que hay un agente de la empresa en España que se encargará de las relaciones directas con los clientes y de esta forma personalizar el negocio otorgándole al cliente la garantía adicional de tener un contacto con quien pueda llegar a un acuerdo de compra directo en su país.

El presente proyecto tiene como objetivo principal diseñar un plan de exportación para las mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el Reino de España. La iniciativa surge en un contexto de creciente interés por los productos artesanales y culturales en mercados internacionales, lo que presenta una oportunidad significativa para las comunidades Wayúu de expandir su alcance y mejorar su economía local.

Los antecedentes relevantes muestran que la exportación de productos artesanales enfrenta varios desafíos, incluyendo la logística, el cumplimiento de normativas internacionales, y la competencia en mercados extranjeros. Este proyecto busca abordar estos desafíos mediante un plan estructurado que incluye la descripción del contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu, la identificación de los requisitos legales y logísticos para la exportación, la caracterización del mercado español, y la propuesta de estrategias de comercialización y distribución.

El plan contempla la participación de dos agentes clave: uno en Colombia y otro en España. El agente en Colombia se encargará de la coordinación con los proveedores, el control de calidad, el almacenamiento, empaque, y embalaje del producto, así como de los trámites aduaneros y la gestión del transporte local hasta el puerto de embarque. Una vez en España, el agente internacional asumirá la responsabilidad de la importación, comercialización, y distribución del producto, así como de los costos relacionados, incluyendo impuestos en el país de destino.

Los temas abordados se señalan por capítulos.

En el Capítulo I, se plantea el problema que dio origen a la implementación de la investigación, con la descripción del problema, la construcción del objetivo general y los objetivos específicos, luego la justificación desde el punto de vista teórico, social, práctico y metodológico, y por último, la delimitación de la investigación.

En el Capítulo II, se presenta los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, el marco conceptual y la operacionalización de las variables.

En el Capítulo III, se exponen los elementos representativos del marco metodológico donde se especifica el enfoque, tipo y diseño de investigación, población, técnicas de recolección y análisis de información, con el fin de diseñar el plan de exportación.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados obtenidos del desarrollo de los objetivos específicos del presente estudio, se parte de la descripción del contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu y su capacidad productiva. De la misma manera, se identificaron los requisitos legales y logísticos para la exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el reino de España. Asimismo, en este capítulo se logra realizar la caracterización del mercado potencial de mochilas Wayúu en el Reino de España, lo cual permitió finalmente proponer estrategias de comercialización y distribución adecuadas para las mochilas de La Guajira colombiana en el mercado español.

## **CAPÍTULO I**

### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La globalización ha abierto nuevas oportunidades para los productos artesanales, permitiendo que comunidades indígenas puedan acceder a mercados internacionales y obtener mayores ingresos. Una comunidad indígena es un grupo social que comparte una identidad étnica, cultural y territorial propia, basada en tradiciones, costumbres, idioma y formas de vida que han sido transmitidas de generación en generación. Estas comunidades suelen tener un vínculo profundo con su entorno natural y mantienen estructuras organizativas y económicas tradicionales. La comunidad Wayuu, ubicada en La Guajira colombiana, es conocida por su rica herencia cultural y habilidades artesanales, destacándose en la elaboración de mochilas tejidas a mano. Estas mochilas son productos únicos que combinan tradición y diseño contemporáneo, representando un símbolo de la identidad cultural Wayúu. La Guajira es una región con altos índices de pobreza y desempleo, lo que hace que la exportación de estos productos sea una oportunidad crucial para el desarrollo económico local.

La falta de acceso a los mercados internacionales no solo afecta económicamente a los Wayúu, sino que también pone en riesgo la preservación de su patrimonio cultural. La técnica de tejido de las mochilas Wayúu, transmitida de generación en generación, constituye un pilar fundamental de su identidad cultural. Sin embargo, la falta de oportunidades para comercializar estos productos en mercados internacionales limita la visibilidad y el reconocimiento global de esta rica herencia cultural. La globalización de las mochilas Wayúu podría no solo mejorar las condiciones económicas de la comunidad, sino también reforzar su identidad cultural al compartir sus tradiciones con el mundo y asegurar la continuidad de sus prácticas artesanales.

Las mochilas Wayúu son elaboradas por artesanos de la comunidad Wayúu, utilizando técnicas tradicionales de tejido que se han transmitido de generación en generación. Estas mochilas son consideradas tanto artesanías como accesorios de moda, valoradas por su diseño único y la historia cultural que representan. Los clientes en mercados extranjeros, especialmente en Europa, encuentran atractivo en estos productos debido a su autenticidad y calidad artesanal.

A nivel mundial, la demanda de productos artesanales ha mostrado un crecimiento significativo. De acuerdo con el Informe de Comercio Mundial de la OMC (2021), las exportaciones globales de artesanías experimentaron un crecimiento del 20%. Según el Ministerio de Cultura de Colombia (2022), las exportaciones de productos artesanales crecieron un 15% en el último año. De acuerdo con Procolombia (2022), las mochilas Wayúu representan solo el 2% de las exportaciones de productos artesanales

España es un mercado prometedor para las artesanías colombianas debido a su apreciación por productos que muestran identidad cultural. Según un informe de ICEX (2021), las importaciones de productos artesanales en España aumentaron un 12% en el último año, especialmente en cuero, cerámica y textiles, que utilizan plataformas de comercio electrónico como principales canales de distribución (García, 2021; López y Martínez, 2020). Esta tendencia sugiere una oportunidad significativa para las mochilas Wayúu, las cuales tienen un valor añadido por su sello cultural y ancestral.

En Colombia, solo el 10% de las empresas que elaboran mochilas Wayúu se dedican a la exportación (Artesanías de Colombia, 2021). Muchas de estas empresas no participan en mercados internacionales debido a la carencia de los conocimientos necesarios sobre los requisitos legales y logísticos para exportar sus productos. A pesar de la alta calidad y el valor cultural de las mochilas Wayúu, los artesanos carecen de los conocimientos necesarios sobre requisitos legales y logísticos, lo cual limita su capacidad para acceder a mercados internacionales (Artesanías de Colombia, 2021, p.19).

Además, no existen canales de distribución bien establecidos para las mochilas Wayúu en mercados internacionales, lo que dificulta su comercialización. La ausencia de canales de distribución bien establecidos para las mochilas Wayúu en mercados internacionales dificulta su comercialización y reduce las oportunidades de crecimiento económico para la comunidad Wayúu (López y Martínez, 2020). La carencia de estrategias de marketing efectivas limita la visibilidad y el alcance de las mochilas Wayúu en el mercado global, especialmente en España, donde la demanda de productos artesanales y culturales está en aumento (García, 2021). También enfrentan dificultades para acceder a financiamiento y asistencia técnica necesaria para mejorar su capacidad de exportación.

Si no se abordan estos problemas, las empresas que producen mochilas Wayúu seguirán enfrentando barreras significativas para acceder a mercados internacionales. La falta de acceso a mercados internacionales limitará el crecimiento económico de la comunidad Wayúu, perpetuando la pobreza y el desempleo en La Guajira. Además, la demanda internacional de productos artesanales y culturales seguirá sin ser aprovechada, lo que resultará en la pérdida de ingresos potenciales para los artesanos Wayúu.

La rica herencia cultural de las mochilas Wayúu no será plenamente reconocida y valorizada en mercados globales, lo que podría conducir a una disminución en la producción artesanal. Otros productos artesanales de la región pueden dominar el mercado internacional debido a la falta de competencia de las mochilas Wayúu, afectando negativamente la posición competitiva de estos artesanos.

Para abordar la problemática y aprovechar la oportunidad de exportar mochilas Wayúu a España, es necesario diseñar un plan de exportación integral, con el cual se provea información sobre comercio internacional, requisitos legales, y estrategias logísticas para los artesanos Wayúu. Un plan de exportación es una herramienta estratégica que guía a una empresa en la expansión de sus productos o servicios hacia mercados internacionales. Este documento incluye el análisis de mercado, aspectos legales, logísticos y financieros, así como estrategias de entrada y comercialización, con el objetivo de garantizar una exportación exitosa y rentable. Según Llamazares (2014), el plan de exportación permite a las empresas estructurar su estrategia comercial internacional, identificando mercados potenciales, seleccionando canales de distribución, y estableciendo los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de exportación de manera efectiva.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo se estructura un plan exportador para las mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el reino de España?

### **1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Cuál es el contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu y su capacidad productiva?
- ¿Cuáles son los requisitos logísticos y legales que se deben cumplir para exportar mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el reino de España?
- ¿Cómo se caracteriza el mercado potencial de mochilas Wayúu en el reino de España?
- ¿Cuáles son las estrategias de comercialización y distribución adecuadas para las mochilas Wayúu de La Guajira colombiana en el mercado español?

### **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.4.1 Objetivo general.** Diseñar un plan de exportación para las mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el reino de España.

#### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Describir el contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu y su capacidad productiva.
- Identificar los requisitos legales y logísticos para la exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el reino de España.
- Caracterizar el mercado potencial de mochilas Wayúu en el reino de España.
- Proponer estrategias de comercialización y distribución adecuadas para las mochilas Wayúu de La Guajira colombiana en el mercado español.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se fundamenta en la necesidad de ampliar el conocimiento sobre la internacionalización de productos artesanales, en particular las mochilas Wayúu, desde la perspectiva de la exportación. Este estudio contribuirá a la literatura existente al ofrecer un análisis detallado sobre los retos y oportunidades de exportar artesanías culturales a mercados internacionales, específicamente al Reino de España. A través de este proyecto, se busca enriquecer el marco teórico sobre el comercio exterior de productos culturales y artesanales, así como su impacto en el desarrollo económico local.

Desde una perspectiva social, la investigación es de gran relevancia para la comunidad Wayúu en La Guajira, Colombia. La implementación de un plan de exportación bien estructurado no solo contribuirá a la sostenibilidad económica de esta comunidad, sino que también promoverá la preservación y difusión de su patrimonio cultural a nivel global. Además, la inclusión de la comunidad en el comercio internacional puede empoderar a sus miembros, mejorando sus condiciones de vida y brindándoles nuevas oportunidades de desarrollo.

En términos prácticos, este estudio tiene un gran potencial para servir como una guía para otras comunidades artesanales que buscan acceder a mercados internacionales. El plan de exportación desarrollado en esta investigación podrá ser adaptado a diferentes contextos y productos, proporcionando un modelo práctico y aplicable que abarque desde la logística hasta las estrategias de comercialización. Asimismo, los resultados del estudio ofrecerán a los agentes involucrados en la cadena de exportación herramientas para optimizar sus procesos y reducir costos.

Metodológicamente, esta investigación sigue un enfoque cualitativo, específicamente documental, ya que se basa en la revisión, análisis e interpretación de fuentes secundarias para abordar el problema de la exportación de mochilas Wayúu a España. No se han recolectado datos primarios mediante encuestas o experimentos, sino que se ha realizado una recopilación exhaustiva de información existente en informes, estudios académicos, documentos legales y estadísticas. Este enfoque permite comprender de manera profunda el contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu, así como los aspectos legales, logísticos y comerciales relacionados con la exportación. No se trata solo de cuantificar datos, sino de analizar la información de forma interpretativa, revisando



**1.6.4 Delimitación poblacional.** La población objeto de estudio estará conformada por diversos actores clave en el proceso de exportación de las mochilas Wayúu. En primer lugar, se incluyen los artesanos Wayúu de La Guajira, quienes elaboran estos productos tradicionales. Asimismo, se consideran los intermediarios comerciales que facilitan la conexión entre los artesanos y el mercado. En el ámbito de la exportación, se incluirán los agentes de exportación en Colombia, responsables de los trámites y procesos logísticos. En España, los importadores y distribuidores serán parte del estudio, ya que desempeñan un papel crucial en la comercialización de las mochilas en ese mercado. Además, se tomarán en cuenta las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que apoyan la artesanía y el comercio internacional, debido a su influencia en la promoción y facilitación de las exportaciones.

Figura 2. Artesanas Wayuu



Fuente. Carmen María González - Artesanías de Colombia 2021

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

Daros (2002) afirma que el marco teórico de una investigación es lo que encuadra, ubica o hace relevante el sentido de un problema analizado, haciendo uso de las teorías que se encuentran en la comunidad académica o científica para describir cómo comprender, explicar e interpretar dicho problema desde una perspectiva o paradigma dado.

También es importante reconocer que el marco teórico no es una verdad absoluta sino una interpretación subjetiva de la realidad que puede ser revisada y que requiere ser modificada en la medida en que se avanza en la investigación, por el proceso mismo de nuevos descubrimientos en el campo. En primer lugar, se hace una recolección de datos que consiste en escudriñar las diversas fuentes especialmente aquellas que están indexadas, es decir, avaladas por una institución académica o científica.

Luego de la recolección de datos se organiza la información entregando los respectivos créditos a las fuentes, es decir, citando y referenciando los trabajos que se toman como referencia. Finalmente, aparece la redacción del marco teórico que tiene tres elementos en particular: los antecedentes, las bases teóricas y el marco conceptual.

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Púa (2019), en su trabajo de grado titulado “Plan de negocios para la exportación de mochilas Wayuu desde Colombia a Estados Unidos”, el cual tiene como objetivo principal el diseño de un plan negocios de exportación de Mochilas Wayuu desde Colombia a Estados Unidos, analizan la viabilidad y los desafíos que enfrentan las mochilas Wayúu para penetrar mercados internacionales, específicamente el estadounidense. Con respecto a la metodología utilizada, Púa (2019), plantean un estudio que utiliza un enfoque mixto que incluye la aplicación de la técnica encuesta a empresas exportadoras y estudios de caso. Entre los principales hallazgos, los autores concluyen que el éxito de las exportaciones de las mochilas Wayúu depende de una adecuada planificación logística, la

implementación de estrategias de marketing dirigidas al público extranjero y la superación de obstáculos como los altos costos logísticos y la competencia con otros productos artesanales.

Este estudio es relevante para la investigación, ya que proporciona un marco detallado para diseñar un plan de exportación, destacando la importancia de factores como la logística, los costos y la competencia. Estos elementos pueden ser adaptados al contexto español, tomando en cuenta las diferencias culturales y comerciales entre Estados Unidos y España. Además, resalta la importancia de preparar una estructura comercial sólida para asegurar la competitividad internacional.

De la misma manera, Bello et al., (2020), en su proyecto de grado titulado “Estrategias de optimización de los tiempos de entrega en la comercialización de mochilas fabricadas por los artesanos wayuu al mercado de Francia”, cuyo objetivo principal está contrado en el análisis detallado de los procesos logísticos de exportación de las mochilas Wayuu al mercado francés, bajo el modelo de comercialización de e-commerce. Utilizó la metodología de investigación centrada principalmente en la recolección y análisis cuantitativo de información relacionada con las mochilas Wayuu, el mercado de artesanías y el mercado objetivo, enfocándose en aspectos de tiempos de producción, logística, comercialización y mercado.

Por otro lado, la investigación sobre la optimización de los tiempos de entrega de las mochilas Wayuu hacia Francia ha revelado hallazgos significativos que impactan tanto la producción como la comercialización de este producto artesanal. En la aplicación se logró reducir el tiempo de entrega de 3 meses a 1.8 meses, lo que representa una optimización del 41% en los tiempos de exportación, gracias a la implementación de una planificación eficiente en la producción de pequeños lotes y el uso de transporte aéreo.

Este trabajo sirve como referente teórico ya que proyecta los elementos a tener en cuenta para la identificación de oportunidades de mejora en la logística y la comercialización lo cual puede servir como un modelo para realizar investigaciones de mercado, ayudando a entender mejor las necesidades y expectativas de los consumidores. A partir del aporte de Bello et al., (2020) también se tienen en cuenta los elementos más significativos para la elaboración de un plan de comercialización a partir de aspectos como la planificación de

producción y la elección de métodos de transporte adecuado según las necesidades demandantes.

En ese mismo orden, Murillo (2015) en su trabajo de grado titulado “Plan de mercadeo para el posicionamiento y comercialización de artículos con diseños en tejidos inspirados en la cultura Wayúu” la cual tiene como objetivo general elaborar un plan de mercadeo para el posicionamiento y comercialización de artículos con diseños de tejidos inspirados en la cultura Wayuu como mochilas, bolsos en cuero, accesorios, y calzado en el mercado nacional. Esta investigación adopta un corte investigativo descriptivo exploratorio, definiéndose como un tipo de investigación con enfoque cualitativo en donde se describen a través de la observación las actividades relacionadas con la recolección de información pertinente al estudio del entorno y los diferentes ambientes externos como es la competencia, la demanda, tendencias del mercado, aspectos socioculturales, geográficos, económicos y análisis del sector artesanal en Colombia.

La investigación realizada permitió identificar y analizar de manera exhaustiva los factores internos y externos que afectan el posicionamiento de los artículos de tejido inspirados en la cultura Wayuu. Entre los hallazgos más relevantes, se destaca la necesidad de implementar un plan de marketing que contemple objetivos financieros y de mercado específicos, así como la importancia de utilizar tanto fuentes primarias como secundarias para la recolección de información.

Este proyecto sirve de referente conceptual en el diseño del plan de exportación con respecto a la formulación de las estrategias de comercialización, ya que, se presentan estrategias de marketing específicas que pueden ser aplicadas para posicionar productos inspirados en la cultura Wayuu. De esta manera, la investigación proporciona un análisis detallado del mercado, identificando tendencias actuales y la competencia en el sector, lo que permite entender mejor el entorno para identificar oportunidades de negocios. Estas estrategias incluyen la definición de objetivos claros y la implementación de un plan de mercadeo que contemple la mezcla adecuada de marketing.

Por su parte, Restrepo (2022), en su trabajo de grado titulado “Plan de negocios para la comercialización de productos artesanales de origen Wayuu para la ciudad de Los Ángeles en los Estados Unidos. Caso: Tawala Brand”, el cual tiene como objetivo consolidar las actividades de mercadeo del plan de negocios, técnicas, financieras administrativas para la comercialización de productos artesanales dirigido al mercado ubicado en la ciudad de Los Ángeles, California, Estados Unidos de América. Para ello, la metodología de este trabajo se enmarca en el tipo exploratorio y bajo técnicas de observación directa que se hace con pruebas piloto y de estudio de caso de las ventas informales en la ciudad de Los ángeles y con esto se recoge experiencia y se detecta la oportunidad de negocio.

Dentro de los principales resultados, se identificó una oportunidad significativa en el mercado de Los Ángeles para los productos artesanales Wayuu, donde existe una apreciación por estos artículos y disposición de los consumidores a pagar precios más altos en comparación con el costo de producción. Se planteó la creación de una empresa legalmente registrada (Tawala Brand) y la obtención de un registro como exportador, lo que facilitaría la comercialización internacional de los productos artesanales. De esta manera, la investigación concluyó que el plan de negocios es viable desde el punto de vista financiero, técnico y operativo. Esto se determinó a través de un análisis exhaustivo que incluyó la recolección de datos y la comparación de variables relevantes.

Esta investigación sirve de referente práctico debido a que al integrar un análisis financiero riguroso y un estudio de mercado, se sientan las bases para el desarrollo de planes de negocio en donde al integrar un análisis financiero riguroso y un estudio de mercado, se sientan las bases para una gestión empresarial informada que no solo busca la rentabilidad, sino que también promueve la dignificación y el empoderamiento de las mujeres artesanas de la comunidad Wayuu. Además, se toma como referente debido a que enfatiza en los aspectos fundamentales que deben tenerse en cuenta a la hora de definir los canales de comercialización que garanticen precios justos para los artesanos y mejorando su calidad de vida.

En ese mismo orden, Pitre & Ramírez (2023), en su trabajo de grado titulado “Estudio de factibilidad para la exportación de mochilas Wayúu elaboradas artesanalmente hacia el mercado europeo”, cuyo objetivo principal consiste en elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de mochilas Wayúu

elaboradas artesanalmente hacia el mercado europeo, utiliza una metodología basada en un enfoque cuantitativo y utiliza un tipo de estudio descriptivo, al caracterizar el universo en función de aspectos relacionados con la conducta y actitudes, específicamente para seleccionar el país europeo con mayor potencial para la exportación de mochilas Wayúu. De la misma manera, utilizan tanto fuentes primarias y secundarias, algunas de estas incluyen estadísticas de comercio de plataformas como Trade Map, WITS, Procolombia, el DANE y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, entre otros.

Los principales resultados de la investigación sobre la exportación de mochilas Wayúu hacia el mercado europeo indican que el proyecto es financieramente viable, destacando a Francia como un país atractivo para la comercialización de estos productos artesanales. Se identificó un segmento de clientes potenciales compuesto por personas de entre 25 y 60 años, quienes valoran la novedad y exclusividad de las mochilas. Además, se establecieron estrategias para optimizar los tiempos de entrega y distribución, utilizando un modelo de e-commerce que conecta a los productores Wayúu con los consumidores en el extranjero. La investigación también subraya la importancia de formar alianzas estratégicas con comercializadoras especializadas para facilitar la entrada al mercado europeo, garantizando un precio justo que compense adecuadamente el trabajo de las mujeres indígenas que elaboran las mochilas.

Con respecto a los aportes, de esta investigación se toma como referencia metodológica los métodos de recolección de información utilizados ya que se realiza a partir de fuentes secundarias obtenidas en diversas plataformas y bases de datos, analizando variables como los tiempos de fabricación y exportación de las mochilas. Esta metodología permite un análisis exhaustivo y fundamentado para la obtención de la información indispensable para la estructuración de un plan de exportación de mochilas Wayúu hacia mercados internacionales.

Por último, Cotes, (2021), en su trabajo de grado titulado “Estrategias de marketing para la exportación de las artesanías wayuu, en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, La Guajira”, cuyo objetivo general es analizar las estrategias de marketing para la exportación de las artesanías Wayuu en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, La Guajira, optó por un tipo de investigación con enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue descriptiva y transversal, el diseño de investigación fue de campo, no experimental. La población estuvo conformada por 20 sujetos constituidos por empresas de

artesanías registradas en la Cámara de Comercio de la Guajira.

Los principales resultados de esta investigación destacan la importancia de que las empresas se apropien de los procedimientos aduaneros, lo que hace más eficiente la dinámica de la actividad exportadora. Cumplir con los requisitos exigidos por las aduanas es fundamental para responder a la demanda en el mercado meta.

En el mismo sentido, la investigación concluyó que las estrategias de marketing para la exportación deben centrarse en la definición clara de estrategias comerciales y de comunicación. Esto incluye la identificación de mercados objetivos, sus requerimientos y la actualidad del mercado para definir líneas de productos de interés, medios de entrega, divulgación y precios competitivos.

Esta investigación proporciona un marco normativo claro que permite comprender los estándares de calidad internacionales que se deben tener en cuenta en la estructuración de un plan de exportación esencial para acceder a nuevos mercados. Además, ofrece lineamientos estratégicos que facilitan la identificación de oportunidades comerciales y la adaptación de productos a las demandas del mercado global, lo cual se toma como base para las estrategias de comercialización en mercados internacionales.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

**2.2.1 Plan de exportación.** Cabe indicar que un Plan de Exportación es el tema central de la presente investigación. Llamazares 2014 menciona que un plan de exportación es la principal herramienta a la hora de analizar las condiciones del mercado externo en la mira de introducir un producto determinado en el escenario internacional. Un PE o Plan de Exportación define las estrategias, recursos, tiempos, medios o instrumentos y métodos, entre otros, que permitirán introducir un nativo en un país determinado.

Al abordar los fundamentos teóricos del proyecto es imprescindible, antes de tratar las distintas variables que hacen parte del estudio, conocer lo que es un plan de exportación. Gaytán (2020) afirma que es el documento donde se plasma la situación esperada de la empresa en el corto, mediano y largo plazo y que detalla

los aspectos de la empresa, define una estrategia comercial, los objetivos que pretende lograr y en cuánto tiempo.

Esta herramienta permite a las organizaciones trazar una ruta que debe hacer recorrida para alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización o empresa, definiendo una propuesta de negocios que identifique el Mercado o el nicho al cual se va a atender, las características de este, la dinámica propia del abordaje, los canales de distribución, las estrategias de marketing y, al mismo tiempo, determinar la rentabilidad esperada a partir del juego de costos e ingresos que se esperan durante un horizonte temporal específico.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante encontrar los distintos tipos de mercados y cuál de ellos resulta potencialmente atractivo por ser accesible al producto que intenta introducirse. Por otro lado, debe conocerse y precisarse cuáles son los canales de comercialización más adecuados en relación con las características del mercado a atender. No debe ignorarse la importancia de revisar qué acciones son permitidas dentro del marco legal del país al que se accede.

El PE define con exactitud las características del mercado del producto, como los precios, los canales de distribución, sus características, entre otros, pero al mismo tiempo de las características de los productos con los cuales se competirá. En el PE deben definirse los recursos requeridos para cumplir los objetivos de ventas y analizar previamente el flujo del dinero resultante del proyecto, de tal manera que puedan cubrirse los costos de producción, operativos, y la rentabilidad esperada

Según Czinkota y Ronkainen (2004), un plan de exportación es un documento estratégico que detalla los pasos a seguir para vender productos o servicios en mercados internacionales. Incluye análisis de mercado, estrategias de entrada, y consideraciones legales y logísticas.

Kotler y Armstrong (2016) definen un plan de exportación como una hoja de ruta que ayuda a las empresas a identificar mercados adecuados y a desarrollar estrategias para ingresar y competir eficazmente en dichos mercados.

Desde mi punto de vista un plan de exportación es una estrategia integral que guía a las empresas en la expansión de sus productos o servicios a mercados internacionales, abarcando desde el análisis del entorno hasta la implementación de tácticas específicas para asegurar el éxito en los nuevos mercados.

En conclusión, el PE define lo que se denomina plan económico, que es la clarificación de los objetivos de venta frente a las utilidades que entrega el proceso, teniendo en cuenta los deducibles como los impuestos que hayan de asumirse en el proceso. Esta última etapa permite precisar del ámbito geográfico del mercado objetivo, el análisis de los tiempos para la entrega del producto, los canales que se relacionan con el transporte en tránsito y en la llegada del producto al país objetivo.

## **2.2.2 Componentes de un plan de exportación**

**2.2.2.1 El resumen ejecutivo.** Es la parte del documento que explica clara y brevemente sus aspectos relevantes, donde muestra de manera general en qué consiste el mismo.

Descripción del negocio. Es donde se refiere a la historia del negocio, el origen, las circunstancias en que nació la idea, las características del producto que se intenta vender.

**2.2.2.2 Plan estratégico.** Es el análisis DOFA en relación con el mercado, competencia y compradores. Debe definirse, además, visión, misión, objetivos y valores institucionales sobre los cuales se posicionará la marca de la empresa y las estrategias para alcanzar los objetivos planteados.

**2.2.2.3 Estudio de Mercado.** Es el análisis que se hace entre la capacidad del mercado en cuanto a la demanda del producto, precio y características requeridas por el producto. Al mismo tiempo se da cuenta de quiénes son los oferentes, sus características, dónde están y qué productos ofrecen, para determinar una estrategia comercial que le permita a la empresa poder introducirse en el nicho del mercado seleccionado y competir con por obtener una parte de ese mercado y garantizar así su permanencia en el tiempo.

**2.2.2.4 Tamaño.** Cuáles son los niveles de productividad que requiere el negocio para atender a la demanda potencial que existe en función del nicho de mercado que se pretende atender.

**2.2.2.5 Ubicación y emplazamiento.** Es la localización del proyecto, Dónde estará ubicado, Cuáles serán los canales que utilizará para llevar su producto al mercado meta. Al mismo tiempo dónde están sus proveedores, sus

características, los precios y la manera como pueden llegar en el menor tiempo posible a cumplir con las demandas de su mercado.

**2.2.2.6 Producción.** En este punto debe darse cuenta del proceso de producción que se llevará a cabo para conseguir su producto. En el caso de una comercializadora, dónde se encuentra el producto, la cantidad y los tiempos que se requieren para obtenerlo, el embalaje, los canales de distribución y la cantidad de unidades que pueden conseguirse en determinado tiempo. Todo esto obedece a la necesidad de saber con precisión cuánto tiempo se requiere para conseguir el producto, cuánto para llevarlo hasta el punto donde se encuentra el cliente, y las distintas circunstancias que debe conocer para operar con éxito el proyecto.

**2.2.2.7 Estudio organizacional administrativo y legal.** Debe establecerse con precisión cuánto personal se requiere, tanto en la parte de la compra del producto, el tipo de embalaje y envío del mismo, si se requiere de la participación de alguna persona para contactar al cliente también debe precisarse.

**2.2.2.8 Planificación de la ejecución.** Corresponde al cronograma de actividades que deberá llevarse a cabo para la planificación de los tiempos y movimientos que requiere el proceso.

**2.2.2.9 Evaluación financiera.** Corresponde al análisis de caja y al flujo del efectivo del proceso, de tal manera que puedan establecerse la rentabilidad a partir del análisis financiero haciendo uso del valor actual neto (VAN) y la evaluación financiera que permita al inversionista decidir la inversión en el proyecto a partir del retorno calculado de su inversión.

**2.2.2.10 Evaluación ambiental.** Todo proyecto debe establecer con precisión el impacto ambiental que este genera. En el caso de la comercialización de artesanías se considera un proyecto limpio en la medida que no tiene un componente negativo para el ecosistema.

**2.2.2.11 Plan de implementación.** Corresponde a la planificación de actividades en el inicio de la del proyecto, pero al mismo tiempo, aquellas que se relacionan con la continuidad y que guían el futuro del negocio Estableciendo unos puntos claves que no pueden obviarse en la implementación del negocio. (Ver Figura 3)

Figura 3. Estructura de plan de exportación



Fuente: Hurtado Cosio (2011)

**2.2.2.12 Teoría de la ventaja comparativa.** La teoría de la ventaja comparativa, formulada por David Ricardo en 1817, sostiene que los países deben especializarse en la producción y exportación de bienes en los que tienen una ventaja relativa en términos de costos de producción, incluso si otros países pueden producirlos de manera más eficiente. Según Ricardo, esta especialización permite a los países beneficiarse del comercio internacional al concentrarse en lo que producen con mayor eficacia, maximizando así su producción y bienestar económico (Ricardo, 1817).

En el contexto de las mochilas Wayúu, Colombia posee una ventaja comparativa debido a la singularidad cultural y la habilidad artesanal de la comunidad Wayúu, características que no se pueden replicar fácilmente en otros países. Esta ventaja radica no solo en los costos, sino también en el valor cultural y simbólico que estas mochilas representan. Exportar estas mochilas, por tanto, no solo beneficia económicamente a Colombia, sino que también promueve y preserva su patrimonio cultural.

**2.2.2.13 Teoría del marketing cultura** La teoría del marketing cultural enfatiza la importancia de adaptar las estrategias de marketing a los valores, creencias y prácticas culturales del mercado objetivo.

Según Kotler y Keller (2012), el marketing cultural permite a las empresas conectar de manera más profunda con sus consumidores al comprender y respetar las particularidades culturales del mercado al que se dirigen. Este enfoque es especialmente relevante para productos como las mochilas Wayúu, que llevan consigo un fuerte componente cultural.

Para estas mochilas, el marketing debe resaltar su origen indígena, la historia detrás de cada diseño, y la autenticidad del trabajo artesanal. Esto no solo añade valor al producto, sino que también educa al consumidor sobre la importancia cultural de las mochilas, alineando el producto con las expectativas y valores del mercado objetivo, en este caso, el español.

**2.2.2.14 Teoría de la gestión de la cadena de suministro** La teoría de la gestión de la cadena de suministro se centra en la optimización de todos los procesos involucrados en la producción, transporte, y entrega de un producto, desde el proveedor inicial hasta el consumidor final. Chopra y Meindl (2016) destacan la importancia de una cadena de suministro eficiente para reducir costos, mejorar la calidad y acelerar los tiempos de entrega.

Para la exportación de mochilas Wayúu a España, una gestión eficiente de la cadena de suministro es crucial. Esto incluye desde la producción de las mochilas en La Guajira, su almacenamiento, embalaje, transporte hasta el puerto de embarque, y finalmente, la distribución en el mercado español. Una cadena de suministro bien gestionada asegurará que las mochilas lleguen a su destino a tiempo y en las mejores condiciones, lo que, a su vez, se traduce en un mayor éxito comercial.

#### **2.2.2.15 Teoría del comercio justo**

El comercio justo es una teoría y práctica que busca establecer condiciones equitativas para los productores de países en desarrollo, asegurando que reciban precios justos y trabajen en condiciones dignas. Según Nicholls y Opal (2005), el comercio justo no solo mejora las condiciones económicas de los productores, sino que también promueve la sostenibilidad social y ambiental.

En el caso de las mochilas Wayúu, la aplicación de principios de comercio justo garantiza que las artesanas Wayúu reciban una compensación justa por su trabajo, promoviendo así la sostenibilidad económica de la comunidad. Este enfoque no solo beneficia a los productores, sino que también apela a consumidores conscientes en España, que valoran productos que respetan principios éticos y sostenibles.

### **2.2.2.16 Teoría de la economía creativa**

La teoría de la economía creativa reconoce la importancia de las industrias culturales y creativas como motores del desarrollo económico y cultural. Howkins (2001) define la economía creativa como el conjunto de actividades que generan valor a partir de la creatividad, el conocimiento y el talento, destacando su capacidad para generar ingresos y empleo.

Las mochilas Wayúu se inscriben en esta teoría como productos artesanales que no solo tienen un valor económico, sino también un valor cultural significativo. La exportación de estas mochilas contribuye al desarrollo de la economía creativa en Colombia, al tiempo que promueve el patrimonio cultural del país en el mercado internacional.

**2.2.2.17 Artesanía.** El Decreto 258 de 1987 que es el instrumento legal para el registro de artesanos en Colombia, define en su Artículo 1 lo que es un artesano: Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico y mental.

Como puede apreciarse, el artesano es esa persona que se implica personalmente en su labor, a partir de sus habilidades manuales y su conocimiento técnico y artístico. También es importante destacar que es autónomo y que generalmente no se encuentra cubierto por el sistema de salud o pensional, de allí que cuando deja de producir por alguna razón deja de percibir ingresos y que, debido a que no gana lo suficiente para ahorrar, su situación depende de si produce o no.

Más adelante, en el Artículo 2, se define artesanía como una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico (p. 1)

Vinculado con el concepto de artesano, la artesanía es el resultado de una actividad creativa de objetos, que si llega a utilizar maquinaria es en una escala ínfima. No puede dejarse de lado el hecho de que la artesanía está determinada

por patrones del contexto cultural y en conexión con el desarrollo histórico del artesano.

Este mismo decreto, a su vez, determina una clasificación de estas. Los Artículos 4 y 5 indican que las artesanías pueden ser indígenas, tradicionales o populares y contemporáneas. En cuanto a la indígena, la definición repara en el hecho de que esta está vinculada con una etnia indígena al territorio donde se produce y que va ligada a rasgos propios, históricos y culturales.

**2.2.2.18 La mochila wayúu en el contexto colombiano de artesanías.** Barrera (2021), habla sobre la historia de la mochila wayúu y afirma que esta forma parte del acervo cultural propio de la etnia, y como suele ocurrir con las historias o leyendas, estas surgen del imaginario local, con lo cual tratan de explicar la presencia de algún elemento de su cotidianidad. En este caso, cuenta la leyenda que Waleker, una joven hermosa vestida de harapos caminaba por el desierto guajiro cuando un pastor wayúu, que caminaba al lado de su rebaño, la encontró y la llevó a vivir a su casa. Cada mañana ella le entregaba un obsequio al pastor: un cinturón, una mochila, un chinchorro... todos hechos a base de tejidos multicolores a pesar de que ella no contaba con los insumos para hacerlo.

El hombre impresionado con los regalos de Waleker decidió seguirla en la noche, pronto descubrió que la doncella, una vez oscurecía, expulsaba hermosos Hilos de colores por la boca, los cuales usaba para la elaboración de sus obras de arte. La joven, una vez descubierta, se escapó de la casa del hombre, se convirtió en una araña y se escondió en La Macuira, el sistema montañoso más importante en medio del desierto guajiro, los wayúu comenzaron a aprender de ella la forma de elaborar los tejidos, lo cual ocurrió mucho antes de la llegada de los españoles. Con el tiempo han venido perfeccionando sus tejidos y cada día de sus manos surgen verdaderas obras de arte que muestran parte de su cosmovisión, la cual se expresa en figuras y que expresan mensajes con un trasfondo antropológico, cultural y espiritual.

Tienda de Sonrisas dice en su blog que las mochilas wayúu son tejidas a mano totalmente, elaboradas en colores vivos. Cuenta con una tradición milenaria, es uno de los símbolos más representativos de su cultura. Los wayúu han sido comerciantes desde tiempos remotos y las mochilas forman parte de los productos que intercambiaban con otros pueblos antes de la aparición del dinero. La fabricación de las mochilas wayuu se transmite mediante el conocimiento ancestral de padres a hijos. En la actualidad utilizan fibras como el algodón

Industrial, pero anteriormente utilizaban el hilo lo tejían ellos mismos y lo tinturaban con tintes naturales.

En la elaboración de los chinchorros utilizaban huesos de chivos y telares contruidos en madera del maguey y Trupillo, sin embargo, cuando los españoles introdujeron la oveja los wayúu comenzaron a hilar en lana natural. Los tejidos wayúu son reconocidos nacional e internacionalmente por su calidad, llegando a ser un producto altamente competitivo, tanto en el mercado interno como externo.

**2.2.2.19 La mochila wayúu en el contexto del comercio de artesanías colombianas.** Las mochilas wayúu están siendo exportadas a otros países en la actualidad. El Ministerio de Relaciones Exteriores dice que actualmente cerca de 200 artesanos del país comercializan sus productos a través de su empresa. Entre estos se encuentran madres de familias de la comunidad wayuu en La Guajira colombiana. Tiene planes de expandirse hasta Polonia y otros países como el medio oriente, países asiáticos, Estados Unidos y Canadá. Según el DANE, según se informe en la página, las mochilas colombianas entre enero y junio del 2022 vendieron 1.7 millones de dólares lo cual representa un aumento del 96.8% frente al mismo periodo en el año anterior. Los compradores más importantes se ubican en Estados Unidos, Polonia, España, Panamá, Perú y Chile, entre otros.

**2.2.2.20 El impacto para la etnia que produce las artesanías.** Monterrosa Barranco afirma que la comunidad indígena de la etnia wayúu ha encontrado en la comercialización de sus artesanías una fuente de ingresos primaria y de la cual depende en gran medida el sustento de toda la familia. En cada familia wayúu hay artesanos que día a día se dedican a la elaboración de mochilas y otros tejidos las cuales venden en los mercados locales y en algunos casos específicos a empresas que vienen de otras partes del país.

En algunos casos, ellos se han organizado por gremios artesanales en sus comunidades sin mediar una organización formal propiamente dicha, varias familias se ponen de acuerdo para producir cierta cantidad de mochilas, chinchorros, sombreros o diversas manualidades que luego entregan al comprador en una fecha acordada con este. A pesar de los esfuerzos realizados por las empresas como Carbones del Cerrejón, Artesanías de Colombia, entre otros, en capacitación a las comunidades wayúu para estimularlos la asociación de sus artesanos con la mira de evitar la explotación que se presenta por parte de los compradores, sigue observándose que siguen siendo víctimas del abuso de estos, quienes imponen un precio de compra muy bajo relegando a los Indígenas a unos

ingresos ínfimos.

Para el año 2023, el precio que pagan a las artesanas algunos compradores por la elaboración de una mochila sin incluir la gasa es de \$15,000 por unidad. Una mujer puede producir dos mochilas en la semana dedicándose a esta labor a medio tiempo, es decir, sacando tiempo para atender las labores básicas de la casa. En el evento de que dedicara todo el tiempo a esta labor, alcanzaría a producir cuatro mochilas durante la semana.

Por lo general, la atención de la casa sólo les permite hacerlo a medio tiempo por lo que sus ingresos al mes están alrededor de \$120,000, lo cual muchas veces termina siendo el único ingreso de la familia. Ciertamente es que en una familia indígena con cuatro o cinco hijos en promedio los mayores aprenden a tejer desde muy temprana edad, pero no pueden dedicarse a esta labor debido a que están en el colegio y por lo general este queda distante de su lugar de residencia, por lo cual tiene que dedicar gran parte del tiempo a trasladarse.

En este proyecto se considera la opción de mejorar el precio de compra y de esta forma mejorar los ingresos de la población que provee el producto. Con ello se logra una mejor calidad en el producto y una mayor oferta por parte de los artesanos.

**2.2.2.21 Oportunidad para implementar el plan de exportación.** El Ministerio de Relaciones Exteriores afirma que Colombia tiene convenios con el Reino de España. El día 5 de mayo de 2022 en Madrid, España, las cancillerías colombianas y el Ministro de Relaciones Exteriores de la Unión Europea y Cooperación de España, llevaron a cabo un encuentro en el que se evidenció el mutuo interés para mantener y mejorar las relaciones entre los dos países. Se evidenció mediante la activación de la comisión de alto nivel creada en 1992 y la finalización de las negociaciones bilaterales en marco del Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, del Convenio sobre Cooperación en Materia de Lucha contra la Delincuencia y Seguridad, y del Acuerdo de Protección de Información Clasificada.

Estos convenios establecen la base sobre la cual los dos países se disponen a fortalecer sus relaciones. Los acuerdos comerciales entre Colombia y el Reino de España datan de mucho tiempo y con el fortalecimiento de la economía colombiana según los índices arrojados por el PIB para el año 2022, genera una expectativa favorable de crecimiento en el mediano y largo plazo.

El acuerdo de alto nivel llevado a cabo por los dos gobiernos tiene como fin el fortalecimiento de las relaciones económicas y comerciales de los dos países, por lo tanto, existe una base sólida para diseñar un plan exportador en esa dirección.

Por otro lado, Colombia tiene un producto reconocido en el exterior y hay experiencias exitosas relacionadas con la introducción de una persona como contacto directo en el proceso de exportación de artesanías colombianas. PROCOLOMBIA hablando sobre la manera cómo las mochilas wayúu son recibidas en el mercado español. Cuenta la historia de María Fernanda Muñoz, una enfermera vallecaucana que en el año 2017 llevó unas mochilas a España para venderlas allá; tuvo tanto éxito que comenzó un negocio de importación desde Colombia vendiendo mochilas arhuacas, wayúu y kankuamas, calzado guajiro y santandereano y pesebres en cerámica, entre otros.

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**2.3.1 Contexto Socioeconómico.** Sen (1999) define el contexto socioeconómico como el conjunto de condiciones sociales y económicas que afectan la calidad de vida de los individuos y el desarrollo de las comunidades. Según Giddens (2009), el contexto socioeconómico incluye factores como el nivel de ingresos, la educación, el empleo y las oportunidades económicas, que influyen en las dinámicas sociales y económicas de una región.

El contexto socioeconómico se refiere al entorno social y económico en el que se desarrollan las actividades humanas, influyendo directamente en el bienestar y las oportunidades de las personas.

**2.3.2 Capacidad Productiva.** Heizer y Render (2017) definen la capacidad productiva como la cantidad máxima de productos que una empresa puede producir en un período determinado bajo condiciones normales de operación. Slack, Chambers y Johnston (2010) la describen como la habilidad de una empresa para generar productos o servicios en una cantidad y calidad específica, utilizando los recursos disponibles de manera eficiente. La capacidad productiva es la capacidad máxima que tiene una empresa para producir bienes o servicios

en un tiempo determinado, utilizando eficientemente sus recursos y manteniendo los estándares de calidad requeridos.

**2.3.3. Requisitos Legales.** Según Daniels, Radebaugh y Sullivan (2011), los requisitos legales en el comercio internacional son las normativas, regulaciones y leyes que deben cumplir las empresas para operar en mercados extranjeros, incluyendo documentación, permisos y licencias. Wild y Wild (2014) mencionan que los requisitos legales varían según el país de destino e incluyen tanto las regulaciones nacionales como las internacionales que afectan el proceso de exportación. Los requisitos legales son un conjunto de normativas y regulaciones que una empresa debe cumplir para poder exportar sus productos o servicios, asegurando que cumplan con las leyes nacionales e internacionales.

**2.3.4 Requisitos Logísticos.** Ballou (2004) define los requisitos logísticos como las condiciones necesarias para planificar, implementar y controlar el flujo de productos desde el punto de origen hasta el punto de consumo de manera eficiente y efectiva. Según Christopher (2016), los requisitos logísticos incluyen la gestión del transporte, el almacenamiento, la manipulación de materiales y la información relacionada con el movimiento de productos. Los requisitos logísticos son las condiciones y recursos necesarios para garantizar que los productos lleguen a su destino final de manera segura, eficiente y a tiempo, abarcando transporte, almacenamiento, y manejo de materiales.

**2.3.5 Mercado Potencial.** Kotler y Keller (2016) definen el mercado potencial como el conjunto de consumidores que manifiestan un interés por un producto o servicio, tienen los recursos necesarios para adquirirlo y están legalmente autorizados para hacerlo. Lamb, Hair y McDaniel (2014) describen el mercado potencial como el total de consumidores que podrían estar interesados en un producto o servicio, basándose en factores como la demanda, las tendencias de mercado y el perfil del consumidor. El mercado potencial es el conjunto de consumidores que están interesados en adquirir un producto o servicio, tienen la capacidad económica para hacerlo, y cumplen con los requisitos legales y sociales para participar en el mercado.

**2.3.6 Estrategias de Comercialización.** Kotler y Armstrong (2016) definen las estrategias de comercialización como un conjunto de acciones planificadas que las empresas utilizan para alcanzar sus objetivos de marketing, incluyendo decisiones sobre producto, precio, promoción y distribución. Porter (1985) destaca la importancia de las estrategias de comercialización para diferenciar los productos en el mercado y captar la atención de los consumidores, a través de la creación de valor añadido. Las estrategias de comercialización son un conjunto de tácticas diseñadas para promover un producto o servicio en el mercado, incluyendo decisiones clave sobre el producto, su precio, la promoción y los canales de distribución.

**2.3.7 Estrategias de Distribución.** Bowersox, Closs y Cooper (2012) definen las estrategias de distribución como el conjunto de decisiones que una empresa toma para hacer llegar sus productos a los consumidores finales, incluyendo la selección de canales, alianzas estratégicas y logística. Kotler y Keller (2016) describen las estrategias de distribución como los métodos y canales que una empresa utiliza para llevar sus productos desde el lugar de producción hasta el punto de venta o consumo.

Las estrategias de distribución son las decisiones y acciones que una empresa implementa para llevar sus productos al mercado, optimizando el proceso de logística, seleccionando los canales adecuados y estableciendo alianzas estratégicas.

## **2.4 SISTEMA DE VARIABLES**

**2.4.1 Variable nominal.** Plan de exportación.

**2.4.2 Variable conceptual.** Llamazares, 2014. Un Plan de Exportación (PE) es una herramienta fundamental para analizar las condiciones del mercado externo y diseñar estrategias para introducir un producto en el mercado internacional

**2.4.3 Variable operacional.**

#### **2.4.3.1 Contexto socioeconómico**

- Nivel de ingresos.
- Nivel de educación.
- Acceso a servicios.

#### **2.4.3.2 Capacidad productiva**

- Procesos de producción.
- Volumen de producción.
- Calidad del producto.
- Recursos disponibles.
- Tiempos y costos.

#### **2.4.3.3 Requisitos legales**

- Documentación necesaria.
- Normativas internacionales.
- Permisos y licencias.

#### **2.4.3.4 Requisitos logísticos**

- Transporte.
- Tiempo de envío.
- Costos logísticos.

#### **2.4.3.5 Mercado potencial**

- Demanda.
- Segmento de mercado.
- Competencia.
- Canales de venta.

#### **2.4.3.6 Estrategias de comercialización**

- Producto.
- Promoción.
- Precio.
- Plaza.

#### **2.4.3.7 Estrategias de distribución**

- Logística.
- Alianzas estratégicas.
- Canales de distribución.

## **2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

**Análisis de Mercado:** El plan de exportación debe comenzar con un estudio exhaustivo del mercado destino. Se analiza el tamaño del mercado, la demanda de productos artesanales como las mochilas Wayúu, la competencia y las preferencias del consumidor español.

**Requisitos Legales:** Incluye el análisis de las normativas y trámites necesarios para exportar desde Colombia a España. Es fundamental conocer los permisos, certificados de origen y trámites aduaneros que permitan cumplir con la legislación vigente en ambos países.

**Requisitos Logísticos:** Esta dimensión abarca la identificación de los medios de transporte más adecuados, así como el análisis de tiempos de entrega y costos logísticos.

**Estrategias de Comercialización:** Es clave definir las estrategias de marketing y comercialización, como los canales de distribución (directos o indirectos), las estrategias de promoción del producto y la fijación de precios adecuados para el mercado destino.

**Capacidad Productiva:** Evalúa la capacidad de la comunidad Wayúu para producir un volumen suficiente de mochilas sin comprometer la calidad, asegurando que los tiempos de producción sean acordes con los plazos de exportación.

**Análisis Financiero:** Se refiere a los costos asociados con la producción y exportación, incluyendo transporte, impuestos, y costos de almacenamiento. Además, incluye la proyección de ingresos y análisis de rentabilidad del proyecto.

**Aspectos Culturales:** El plan también debe abordar cómo la exportación de mochilas Wayúu puede ayudar a preservar las técnicas artesanales tradicionales, asegurando que la cultura Wayúu sea respetada y valorada en el proceso de comercialización internacional.

Tabla 1. **Matriz Categorial de la Variable Plan de Exportación**

Objetivo general	Objetivos específicos	Categoría de análisis	Elementos de análisis
Diseñar el plan de exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira colombiana hacia el reino de España.	1. Describir el contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu y su capacidad productiva.	Contexto socioeconómico	- Nivel de ingresos. - Nivel de educación. Acceso a servicios.
		Capacidad productiva	- Procesos de producción. - Volumen de producción. - Calidad del producto. - Recursos disponibles. Tiempos y costos.
	2. Identificar los requisitos legales y logísticos para la exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira, Colombia, hacia el reino de España.	Requisitos legales	- Documentación necesaria. - Normativas internacionales. Permisos y licencias.
		Requisitos logísticos	- Transporte. - Tiempo de envío. - Costos logísticos.
	3. Caracterizar el mercado potencial de mochilas Wayúu en el Reino de España.	Mercado potencial	- Demanda. - Segmento de mercado. - Competencia. - Canales de venta.
	4. Proponer estrategias de comercialización y distribución adecuadas para las mochilas de La Guajira colombiana en el mercado español.	Estrategias de comercialización	- Producto. - Promoción. - Precio. Plaza.
		Estrategias de distribución	- Logística. - Alianzas estratégicas. Canales de distribución.

Fuente: elaboración propia (2024)

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 PARADIGMA Y ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

El positivismo se basa en la idea de que la realidad es objetiva y se puede observar y medir a través de métodos empíricos y científicos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el paradigma positivista se centra en la cuantificación de variables y el establecimiento de relaciones causales a través de un enfoque riguroso y sistemático.

El enfoque cuantitativo se caracteriza por el uso de instrumentos estandarizados para medir variables y analizar datos numéricos. Según Creswell (2014), este enfoque busca generalizar los resultados a través del análisis estadístico, permitiendo una mayor replicabilidad de los estudios.

#### **3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Según Hernández et al,(2014). la investigación descriptiva se describe como aquella que se enfoca en especificar propiedades, características, y perfiles de personas, grupos, comunidades, o cualquier fenómeno que se someta a un análisis sin alterar las variables del entorno. Este tipo de investigación se utiliza para proporcionar una imagen clara de una situación o evento, describiendo las características más importantes del objeto de estudio.

La investigación documental se basa en la recopilación y análisis de datos ya existentes en fuentes secundarias. Según Arias (2012), este tipo de investigación es clave para obtener información relevante de documentos y textos que contribuyan al análisis de un tema específico.

#### **3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El diseño bibliográfico se refiere al análisis crítico de la literatura existente sobre un tema específico. Según Sabino (1996), este tipo de diseño permite identificar, seleccionar y analizar información relevante de diversas fuentes documentales con el fin de construir una base teórica sólida sobre un tema. Este enfoque es

apropiado para investigaciones que buscan analizar fenómenos a partir de datos secundarios y conceptos ya existentes en la literatura científica.

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014) mencionan que un diseño bibliográfico es adecuado cuando se requiere una comprensión más profunda de la teoría existente sobre un fenómeno particular, ya que facilita el desarrollo de una perspectiva más clara y crítica sobre el tema de estudio. De esta forma, se recopilan y analizan documentos, como libros, artículos científicos y reportes, para identificar tendencias, vacíos y enfoques relevantes en la literatura.

En el contexto de esta investigación, el enfoque bibliográfico es necesario porque se busca explorar y analizar la producción, comercialización y exportación de mochilas Wayúu en función de estudios previos. A través del análisis de diversas fuentes documentales, se puede construir un marco teórico que sustente las estrategias de comercialización y distribución, así como los aspectos culturales y socioeconómicos asociados a esta artesanía. Al tratarse de una investigación basada en estudios y datos previos, este enfoque facilita la identificación de patrones y tendencias relevantes en la internacionalización de productos artesanales. Por tanto, el diseño bibliográfico se ajusta perfectamente a los objetivos de la presente investigación, ya que permite integrar y analizar información documental clave para generar propuestas que fomenten la exportación de productos Wayúu.

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

**Población:** Artesanos. Según un informe del DANE sobre la Economía Naranja de 2022, aproximadamente 32,187 artesanos Wayuu enfrentan desafíos significativos en la comercialización de sus productos. La población en un estudio se refiere al conjunto total de sujetos que comparten características comunes y que son de interés para la investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la población como el conjunto de elementos o individuos que tienen la misma naturaleza y que son objeto de estudio en una investigación.

**La muestra:** es un subconjunto de la población que se selecciona para representar al conjunto completo. Según Kerlinger y Lee (2002), la muestra debe ser representativa para que los resultados puedan generalizarse a la población total.

**Artesanos:** La selección de los artesanos participantes en esta investigación se llevó a cabo mediante un muestreo no probabilístico, utilizando el criterio de conveniencia para identificar a aquellos que se encuentran activamente involucrados en la producción de mochilas Wayúu. Se priorizó a las comunidades ubicadas en La Guajira, específicamente en las zonas con mayor concentración de artesanas Wayúu. La representatividad de la muestra se aseguró considerando tanto la diversidad de los artesanos en términos de experiencia (artesanas jóvenes y veteranas), como las técnicas de producción que utilizan.

El proceso de selección incluyó consultas con organizaciones locales, como Artesanías de Colombia y asociaciones de artesanos Wayúu, que ayudaron a identificar a los artesanos más relevantes para el estudio. Esta metodología permite capturar una visión integral de las prácticas productivas, comerciales y culturales, asegurando que la muestra refleje la diversidad de la comunidad Wayúu.

### **3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

La ficha de contenido es un instrumento que permite registrar citas textuales o parafraseadas de los documentos analizados. Según Hernández et al;(2014), este instrumento es fundamental en la investigación documental para organizar la información recolectada y facilitar su análisis posterior. En el presente estudio, que se enmarca en una metodología cualitativa y documental, el uso de la ficha de contenido resulta esencial para sistematizar las fuentes de información revisadas.

Dado que el objetivo de esta investigación es analizar la viabilidad de exportar mochilas Wayúu a España, la revisión exhaustiva de documentos, informes, estudios de mercado y leyes relacionadas con el comercio internacional es crucial. La técnica de fichaje permite organizar la información de manera coherente y estructurada, lo que facilita la comparación de distintas fuentes y la extracción de las ideas clave. Además, ayuda a garantizar que las citas textuales y las ideas principales se mantengan fieles a las fuentes originales, lo que aumenta la fiabilidad del análisis.

El fichaje también es útil para clasificar la información en función de los objetivos específicos de la investigación, permitiendo identificar datos relevantes sobre

temas como los requisitos legales, logísticos y comerciales, así como sobre el contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu. Este enfoque asegura que los datos sean utilizados de manera precisa y en el contexto adecuado durante el análisis y la redacción del informe final.

### **3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS**

- Inducción: la inducción es una técnica que permite generar conclusiones generales a partir de observaciones específicas. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), este proceso es esencial para construir teorías o hipótesis a partir de los datos recolectados.

- Deducción: la deducción es el proceso de aplicar principios generales a casos específicos para derivar conclusiones. Según Tamayo y Tamayo (1999), esta técnica es importante para validar hipótesis o teorías en la investigación científica.

- Análisis: El análisis se refiere al proceso de descomponer la información en partes más pequeñas para entender mejor sus componentes. Sabino (1996) define el análisis como una técnica fundamental para interpretar datos y extraer conclusiones significativas.

- Síntesis: la síntesis implica la integración de las partes analizadas para formar un todo coherente. Según Kerlinger y Lee (2002), esta técnica permite unir los diferentes elementos de la investigación para construir una comprensión global del fenómeno estudiado.

### **3.7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

El procedimiento de la investigación se desarrolló en varias etapas, siguiendo un enfoque sistemático para asegurar la validez y la confiabilidad de los resultados obtenidos. A continuación, se describen los pasos seguidos:

### ***Definición del tema y planteamiento del problema***

Paso 1: Se realizó una revisión preliminar de la literatura para identificar la relevancia del tema de la exportación de mochilas Wayúu a España, así como las principales problemáticas asociadas.

Paso 2: Se definieron los objetivos de la investigación, el alcance del estudio y las preguntas de investigación.

### ***Revisión de Literatura y Marco Conceptual***

Paso 3: Se llevó a cabo una investigación bibliográfica exhaustiva para recolectar información relevante sobre teorías económicas, estrategias de exportación, y el contexto cultural de las mochilas Wayúu. Se incluyeron autores relevantes para construir el marco conceptual del estudio.

Paso 4: Se elaboró el marco conceptual, en el cual se definieron los términos clave de acuerdo con diversos autores y se construyeron las propias definiciones que guiarán la investigación.

### ***Diseño de la Investigación***

Paso 5: Se estableció el diseño de investigación descriptivo y documental, con un enfoque cuantitativo basado en el paradigma positivista.

Paso 6: Se identificó la población objetivo, es decir, los artesanos de la comunidad Wayúu, y se definió la muestra específica con la cual se realizará el estudio.

### ***Recopilación de Datos***

Paso 7: Se diseñaron las fichas de contenido que se utilizarán como instrumento de recolección de datos. Estas fichas permitirán organizar citas textuales y parafraseadas de las fuentes documentales revisadas.

Paso 8: Se realizó el fichaje de las fuentes seleccionadas, recopilando la información necesaria para responder a las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos planteados.

### **Análisis de Datos**

Paso 9: Los datos recopilados fueron sometidos a un proceso de cotejo y evaluación para garantizar su relevancia y validez en el contexto de la investigación.

Paso 10: Se aplicaron técnicas de inducción y deducción para derivar conclusiones a partir de los datos obtenidos, construyendo un análisis que integre las distintas perspectivas documentales.

### **Redacción y Presentación de Resultados**

Paso 11: Se procedió a la redacción del informe de investigación, integrando los resultados del análisis con el marco conceptual previamente establecido.

Paso 12: Finalmente, se revisó y editó el documento para asegurar la coherencia y claridad de la presentación, y se prepararon las conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos del estudio.

**Tabla 2. Procedimiento de la Investigación**

<b>Paso</b>	<b>Acción</b>
Paso 1	Revisión Preliminar de literatura
Paso 2	Definición de objetivos y alcance
Paso 3	Investigación bibliográfica exhaustiva
Paso 4	Elaboración de marco conceptual
Paso 5	Establecimiento de diseño de investigación
Paso 6	Identificación de población y muestra
Paso 7	Diseño de fichas de contenido
Paso 8	Fichaje de fuentes seleccionadas
Paso 9	Cotejo y evaluación de datos
Paso 10	Análisis mediante inducción y deducción
Paso 11	Redacción del informe
Paso 12	Revisión, edición y conclusiones

Fuente: elaboración propia (2024)

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS DE RESULTADO

#### 4.1 DESCRIBIR EL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LA COMUNIDAD WAYÚU Y SU CAPACIDAD PRODUCTIVA.

##### 4.1.1 Contexto socioeconómico

##### 4.1.1.1 Nivel de ingresos.

Tabla 3. Nivel de ingresos de los artesanos Wayuu

	Concepto	Detalle
1	Ingreso promedio mensual de un artesano Wayúu	\$120,000 COP
2	Salario mínimo en Colombia (2024)	\$1,300,000 COP
3	Producción semanal (mochilas)	2 a 4 mochilas
4	Factores que limitan la rentabilidad	Costo de materiales y baja demanda local

Fuente: elaboración propia (2024)

Artesanías de Colombia (2022), indica que el ingreso promedio de un artesano Wayúu es de \$120,000 COP mensuales, este monto es significativamente bajo en comparación con el salario mínimo en Colombia, que en el 2024 se sitúa en \$1,300,000 COP. Esta diferencia refleja las limitaciones que enfrentan los artesanos Wayúu, quienes dependen en gran medida de la comercialización local

y carecen de acceso a canales de exportación que les permitirían obtener precios más competitivos y justos en mercados internacionales. Es importante mencionar que este ingreso se basa en la producción de dos a cuatro mochilas por semana, dependiendo del tiempo que el artesano pueda dedicar a la actividad. Además, factores como el costo de los materiales y la baja demanda local limitan aún más la rentabilidad del trabajo artesanal.

#### 4.1.1.2 Nivel de educación.

Tabla 4. Nivel de educación de la comunidad Wayuu

	Nivel Educativo	Porcentaje de Población	Impacto
1	Educación Primaria	40%	Aproximadamente el 40% ha completado la educación primaria.
2	Educación Secundaria	10%	Solo un 10% ha accedido a la educación secundaria.
3	Educación Superior	<5%	Menos del 5% ha alcanzado estudios universitarios o técnicos.

Fuente: elaboración propia (2024).

El nivel educativo en la comunidad Wayúu es relativamente bajo, lo que influye en la capacidad de los artesanos para manejar los aspectos comerciales y de exportación. Según Monterrosa Barranco (2018), aproximadamente el 40% de la población Wayúu ha completado la educación primaria, mientras que solo un 10% ha accedido a la educación secundaria. El acceso a la educación superior es aún más limitado, con menos del 5% de la población habiendo alcanzado estudios universitarios o técnicos. La baja escolarización en general y la falta de formación

profesional específica en áreas como comercio y exportación limitan la capacidad de los artesanos para negociar precios justos o expandir sus productos a mercados internacionales.

No obstante, algunos miembros de la comunidad han recibido formación técnica o profesional a través de iniciativas gubernamentales y no gubernamentales enfocadas en el desarrollo de habilidades artesanales y comerciales. Estos programas han ayudado a un pequeño porcentaje de artesanos a desarrollar capacidades básicas en temas de comercialización y emprendimiento.

A pesar de estas limitaciones educativas, la comunidad Wayúu posee un vasto conocimiento técnico y cultural en la producción artesanal, especialmente en la elaboración de mochilas Wayúu, lo cual sigue siendo su principal fuente de sustento.

#### 4.1.1.3 Acceso a servicios.

Tabla 5. Acceso a servicios de la población Wayuu

	Aspecto	Porcentaje de hogares	Impacto
1	Acceso a agua potable	35%	Afecta gravemente la calidad de vida y salud de los artesanos y sus familias
2	Acceso a electricidad	45%	Acceso intermitente, lo que limita las actividades productivas,
3	Acceso a servicios médicos	Menos del 30%	Alta vulnerabilidad en términos de bienestar físico y emocional, afectando la

Fuente: elaboración propia (2024)

Según el informe de Artesanías de Colombia (2022), la evaluación del acceso a servicios básicos en las comunidades Wayúu revela una situación crítica. Solo un 35% de los hogares Wayúu tiene acceso a agua potable, lo que afecta gravemente la calidad de vida y la salud de los artesanos y sus familias. Asimismo, el 45% de los hogares cuenta con acceso regular a electricidad, pero de manera intermitente, lo que limita las actividades productivas, incluyendo la elaboración de mochilas y otros productos artesanales.

En cuanto a salud, menos del 30% de la población Wayúu tiene acceso adecuado a servicios médicos, lo que genera una alta vulnerabilidad en términos de bienestar físico y emocional. La falta de acceso a estos servicios básicos afecta tanto la productividad como la calidad de vida de los artesanos, limitando su capacidad para dedicarse de manera eficiente a la producción artesanal.

#### 4.1.2 Capacidad productiva

**4.1.2.1 Procesos de producción.** Monterrosa Barranco (2018) dice que la capacidad productiva de las comunidades Wayúu es artesanal y de pequeña escala, lo que garantiza la calidad y autenticidad de cada pieza. Sin embargo, esta naturaleza artesanal también implica un límite en la cantidad de mochilas que pueden producirse en un periodo determinado. La monografía destaca la importancia de mantener procesos de producción sostenibles que no comprometan la calidad y preserven las técnicas tradicionales. En el estudio de Púa Olivo (2019), los procesos de producción de las mochilas Wayúu se describen a través de entrevistas con artesanos de la comunidad Wayúu, destacando los siguientes pasos clave:

Tabla 6. Procesos de producción de las mochilas Wayuu

Capacidad Productiva	Descripción
Procesos de producción	La capacidad productiva de las comunidades Wayúu es de naturaleza artesanal y de pequeña escala.
Autor	Monterrosa Barranco (2018)
Características	- La producción artesanal garantiza la calidad y autenticidad de las mochilas.
	- Limitación en la cantidad producida por la naturaleza artesanal.

	- Se resaltan los procesos sostenibles que preservan las técnicas tradicionales.
<b>Puntos Clave en los Procesos</b>	Basado en entrevistas con artesanos Wayúu, Púa Olivo (2019) describe los siguientes pasos clave:
<b>Obtención de materiales</b>	- Uso de hilos de algodón o fibras sintéticas.
	- Anteriormente, se empleaban lana de oveja y fibras vegetales.
	- Hilos adquiridos en mercados locales.
<b>Preparación del telar</b>	- Se preparan el telar y los hilos antes de comenzar.
	- Uso de telares manuales para un control preciso del tejido.
<b>Tejido del cuerpo de la mochila</b>	- Tejido en espiral, desde la base hasta la boca de la mochila.
	- Proceso completamente a mano, que requiere habilidades avanzadas.
	- Patrones únicos inspirados en la cosmovisión Wayúu.
<b>Elaboración de la correa</b>	- La correa se teje por separado y luego se une al cuerpo.
	- Diseño y colores experimentales según cada artesano.
<b>Acabado y ensamblaje</b>	- Ensamblaje final de todas las partes.
	- Ajustes y revisión para cumplir con los estándares de calidad artesanal.

Fuente: elaboración propia (2024)

El proceso de producción de las mochilas Wayúu comienza con la obtención de materiales, donde los artesanos utilizan principalmente hilos de algodón o fibras sintéticas, aunque en el pasado se empleaban materiales naturales como lana de oveja y fibras vegetales. Los hilos se adquieren en mercados locales. Luego, se prepara el telar manual, que permite un control preciso del tejido. El cuerpo de la mochila se teje en espiral, un proceso laborioso que se realiza a mano, con patrones únicos inspirados en la cosmovisión Wayúu. La correa, tejida por separado, se une posteriormente al cuerpo, y el producto final es ensamblado y ajustado para garantizar la calidad artesanal.

#### **4.1.2.2 Volumen de producción.**

En el estudio de Restrepo Monsalve (2022), se describe que el volumen de producción en las comunidades Wayúu es limitado debido a la naturaleza artesanal del proceso de fabricación de las mochilas. Según el análisis, cada artesano Wayúu puede elaborar entre 1 y 3 mochilas por semana, dependiendo de la complejidad del diseño y del tamaño del producto.

Esta capacidad productiva está restringida por varios factores:

- **Tiempo de producción:** las mochilas Wayúu son tejidas a mano, utilizando técnicas ancestrales transmitidas de generación en generación. Este proceso es laborioso y puede tomar entre 10 a 15 días por pieza, dependiendo de su diseño.

- **Disponibilidad de materiales:** los artesanos dependen de la disponibilidad de materias primas como el hilo, que a veces es difícil de obtener en las comunidades rurales de La Guajira.

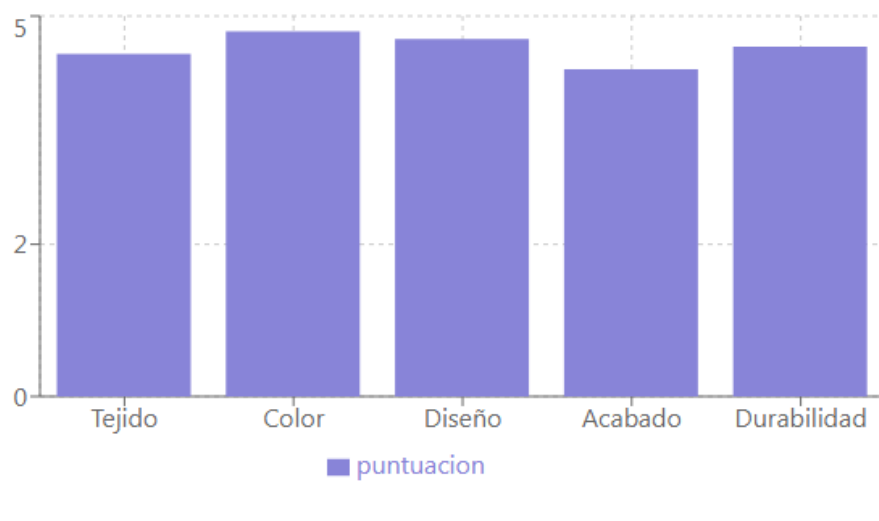
- **Demanda local:** a menudo, los artesanos priorizan la venta local o nacional antes de pensar en la exportación, lo que también limita el volumen destinado a mercados internacionales.

Estos factores, junto con el enfoque en mantener la calidad artesanal y preservar las técnicas tradicionales, resultan en una capacidad productiva relativamente baja, lo que afecta el volumen de producción a gran escala.

#### **4.1.2.3 Calidad del producto.**

La calidad de las mochilas Wayúu es un factor diferenciador clave. Cada mochila es una obra única, lo que añade valor en el mercado español. El análisis de calidad se centra en la durabilidad, los materiales utilizados y la preservación de las técnicas tradicionales, todos los cuales son cruciales para mantener la percepción de alta calidad entre los consumidores. La calidad del producto se evaluó utilizando los criterios establecidos por Gómez Tobón (2020), quienes realizaron un análisis detallado de las mochilas Wayúu exportadas al mercado francés.

Figura 4. Valoración de calidad de mochilas Wayuu



Fuente: elaboración propia (2024)

La figura refleja la **valoración de la calidad de mochilas Wayuu** en cinco aspectos clave: tejido, color, diseño, acabado y durabilidad. Cada uno de estos aspectos tiene una puntuación que oscila entre 4 y 5, siendo el color y el diseño los que obtienen las valoraciones más altas, seguidos del tejido y la durabilidad, con puntuaciones similares. El acabado es el aspecto que recibe la valoración más baja en comparación con los otros factores, aunque sigue siendo alto en términos absolutos.

Este análisis sugiere que, aunque la calidad general de las mochilas es muy valorada, los consumidores consideran el acabado como el aspecto que podría mejorarse ligeramente en comparación con el resto. El diseño y el color parecen ser los atributos más apreciados, destacando la estética y la presentación visual del producto.

#### 4.1.2.4 Recursos disponibles

Los recursos disponibles para la producción de mochilas Wayúu incluyen mano de obra artesanal, materias primas naturales, y conocimientos tradicionales. Estos recursos son suficientes para mantener una producción sostenible, aunque se destaca la importancia de asegurar un suministro continuo de materiales de

calidad y de formar a nuevas generaciones en las técnicas tradicionales para evitar la pérdida de conocimiento. Se consultaron fuentes de Monterrosa Barranco (2018) para evaluar los recursos materiales y humanos disponibles en la comunidad Wayúu para la producción de mochilas.

#### **4.1.2.5 Tiempos y costos**

El tiempo de producción es relativamente largo debido a la naturaleza artesanal del proceso, lo que también influye en los costos. Aunque los costos de producción son más altos en comparación con la producción en masa, esto se compensa con el precio premium que los consumidores están dispuestos a pagar por la exclusividad y calidad del producto. Es esencial que los tiempos de producción se gestionen eficientemente para cumplir con los plazos de exportación y satisfacer la demanda sin afectar la calidad. Los datos sobre los tiempos y costos de producción provienen de Gómez Tobón (2020) y Mochila Bags (2023), quienes describen los tiempos de producción y el costo estimado de cada mochila Wayúu.

Según lo reportado por Gómez Tobón (2020) y Mochila Bags (2023), los tiempos de producción varían según el tamaño de la mochila:

**Mochila pequeña:** aproximadamente 15 días

**Mochila mediana:** alrededor de 20 días

**Mochila grande:** cerca de 25 días

**Mochila extragrande:** hasta 30 días

Estos tiempos incluirían todas las etapas de producción, desde la preparación de los materiales hasta los acabados finales.

Es importante notar que estos tiempos pueden variar dependiendo de la complejidad del diseño y la experiencia del artesano.

- **Costos de producción:** Los costos de producción están directamente relacionados con el tiempo de elaboración y los materiales utilizados.

**Mochila pequeña:** alrededor de 30 USD

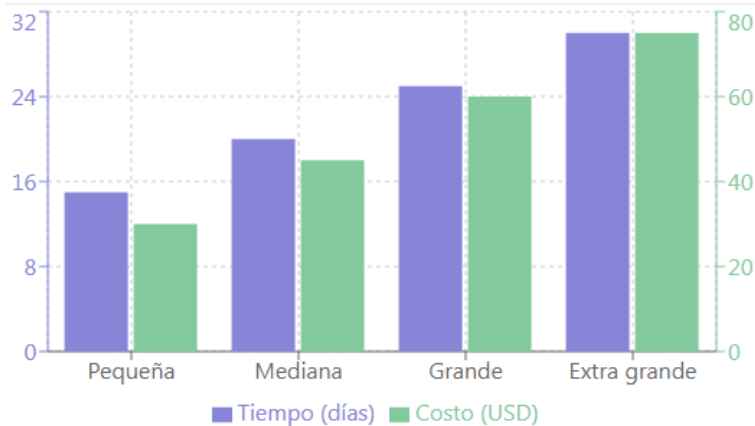
**Mochila mediana:** aproximadamente 45 USD

**Mochila grande:** cerca de 60 USD

**Mochila extragrande:** hasta 75 USD

Estos costos incluirían los materiales (hilo de algodón, tintes naturales) y la mano de obra artesanal. Es crucial mencionar que estos costos son estimaciones y pueden variar según la región, la disponibilidad de materiales y las condiciones del mercado.

Figura 5. Costos de producción de las mochilas en dólares



Fuente: elaboración propia (2024)

La Figura muestra que los costos y el tiempo de producción de las mochilas Wayuu aumentan de manera proporcional con el tamaño de la mochila. Las mochilas pequeñas tienen un tiempo de producción de aproximadamente 10 días y un costo cercano a los 10-12 USD, mientras que las mochilas medianas requieren más tiempo (15 días) y su costo asciende a unos 16-18 USD. Las mochilas grandes y extragrandes implican un tiempo y costos significativamente mayores, con las extragrandes alcanzando más de 30 días de producción y un costo aproximado de 80 USD. Esto sugiere que la complejidad y el esfuerzo necesario para fabricar mochilas de mayor tamaño se reflejan directamente en el precio y el tiempo requerido para su elaboración.

- **Factores que influyen en tiempos y costos:**

**Complejidad del diseño:** Los patrones más intrincados requieren más tiempo y, por lo tanto, aumentan el costo.

**Calidad de los materiales:** El uso de hilos de alta calidad o tintes naturales puede incrementar los costos.

**Experiencia del artesano:** Los artesanos más experimentados pueden trabajar más rápido, pero su trabajo puede ser más costoso.

**Demanda del mercado:** En períodos de alta demanda, los tiempos de producción pueden alargarse y los costos pueden aumentar.

- **Implicaciones para la exportación:**

- Los largos tiempos de producción implican que se debe planificar con anticipación para cumplir con los pedidos de exportación.

- Los costos de producción relativamente altos significan que las mochilas Wayúu se posicionan como productos de alto valor en el mercado internacional.

- La variabilidad en tiempos y costos puede representar un desafío para la estandarización necesaria en los mercados de exportación.

## **4.2 IDENTIFICAR LOS REQUISITOS LEGALES Y LOGÍSTICOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MOCHILAS WAYÚU DESDE LA GUAJIRA, COLOMBIA, HACIA EL REINO DE ESPAÑA**

**4.2.1 Requisitos legales.** Según el Decreto 1165, los requisitos para exportar mochilas Wayúu incluyen el registro en el VUCE, la inscripción en la Cámara de Comercio, y la constitución de una garantía aduanera. El exportador deberá decidir si realizará los trámites directamente o a través de una agencia aduanera. Los documentos esenciales para la exportación de mochilas Wayúu incluyen la factura comercial, el certificado de origen, la autorización SAE y el mandato si se utiliza una agencia aduanera. Estos documentos garantizan el cumplimiento con los requisitos aduaneros tanto en Colombia como en España.

### **4.2.1.1 Documentación necesaria.**

La exportación de mochilas Wayúu a España requiere una serie de documentos, incluyendo certificados de origen, facturas comerciales, y documentación aduanera específica. Es importante cumplir con estos requisitos para evitar demoras en el proceso de exportación. También es necesario obtener permisos específicos relacionados con la protección de la propiedad intelectual, dado que las mochilas Wayúu son productos culturales únicos, Artesanías de Colombia (2023).

- **Documentación requerida para la exportación de mochilas Wayúu a España**

- **Documentos básicos**

- Registro como usuario aduanero exportador
- Constitución de garantía global
- Registro Único Tributario (RUT) actualizado
- Certificado de existencia y representación legal
- Factura comercial (en español o inglés) o contrato internacional
- Lista de empaque (Packing list)
- SAE (Solicitud de autorización de embarque)

- **Certificaciones y permisos**

- Registro en la VUCE (Para los trámites del proceso de exportación en zona primaria)
- Certificado de origen (Forma A para beneficiarse del Sistema Generalizado de Preferencias)
- Certificado sanitario o fitosanitario (si aplica)
- Certificado de productos artesanales (expedido por Artesanías de Colombia , esto dependerá del producto, es reemplazado por el certificado de origen.
- Inspección simultánea.

- **Documentos aduaneros**

- Planilla de traslado
- SAE (Solicitud de autorización de embarque)
- Declaración de exportación (DEX)
- Documento Único Administrativo (DUA) para la importación en España (esto sería para la importación no para la exportación)
- Mandato aduanero si es por medio de una agencia de aduana

- **Documentos adicionales**

- Póliza de seguro internacional
- Licencia de exportación (para ciertos productos)
- Certificado de inspección (si es requerido por el importador)

- **Documentos específicos para artesanías**

- Certificado de autenticidad de la artesanía Wayuu (se reemplaza por el certificado de origen)

- Documentación sobre la propiedad intelectual y denominación de origen (si aplica)

#### **- Normativas y procedimientos**

- Decreto 1165 del 2019
- Cumplimiento con el Reglamento (UE) No 952/2013 (Código Aduanero de la Unión)
- Adherencia a las normas de etiquetado de la UE
- Cumplimiento con las normas de embalaje y materiales de la UE

#### **4.2.1.2 Normativas internacionales.**

Las normativas internacionales, especialmente las relacionadas con el comercio justo y la protección de derechos culturales, son cruciales para la exportación de mochilas Wayúu. El cumplimiento de estas normativas no solo es una obligación legal, sino que también fortalece la reputación del producto en el mercado internacional. Cumplir con normativas como la Convención de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial puede ser un factor diferenciador positivo en el mercado. Las normativas internacionales aplicables a la exportación de artesanías se obtuvieron de Cenni y Parisi (2020) y Silveira (2018), quienes analizan los marcos legales y acuerdos comerciales entre Colombia y España.

- **Normativas internacionales aplicables a la exportación de artesanías de Colombia a España**

#### **i. Acuerdos comerciales**

##### **- Acuerdo comercial entre la Unión Europea y Colombia**

- Fecha de entrada en vigor: 1 de agosto de 2013
- Beneficios arancelarios para productos artesanales colombianos
- Requisitos de origen para beneficiarse de las preferencias arancelarias

##### **- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)**

- Aplicable a países en desarrollo como Colombia
- Reducción o eliminación de aranceles para ciertos productos, incluyendo artesanías

## **ii. Regulaciones de la Unión Europea**

### **- Reglamento (UE) No 952/2013 (Código Aduanero de la Unión)**

- Procedimientos aduaneros unificados para la importación en la UE
- Requisitos de documentación y declaración

### **- Directiva 2001/95/CE sobre seguridad general de los productos**

- Estándares de seguridad aplicables a productos artesanales
- Requisitos de etiquetado y trazabilidad

### **- Reglamento (CE) n° 1907/2006 (REACH)**

- Regulación sobre el uso de sustancias químicas en productos
- Aplicable a tintes y materiales utilizados en artesanías

## **iii. Protección de la propiedad intelectual**

### **- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)**

- Protección de diseños y técnicas artesanales tradicionales
- Mecanismos para combatir la falsificación de productos artesanales

### **- Denominación de Origen Protegida (DOP) de la UE**

- Posibilidad de registro para proteger la autenticidad de las artesanías Wayúu

## **iv. Normativas de comercio justo**

### **- Estándares de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO)**

- Principios de comercio justo aplicables a la producción y comercialización de artesanías
- Certificaciones voluntarias que pueden aumentar el valor de las artesanías en el mercado europeo

## **v. Regulaciones ambientales**

### **- Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES)**

- Aplicable si las artesanías contienen materiales de especies protegidas

#### **- Reglamento (UE) No 995/2010 (Reglamento de la madera de la UE)**

- Relevante si las artesanías Wayuu no contienen componentes de madera

#### **4.2.1.3 Permisos y licencias.**

Además de la documentación básica, se requieren permisos y licencias específicos para la exportación de productos artesanales a la Unión Europea. Es necesario asegurar estos permisos con antelación para evitar retrasos. Además, la obtención de certificaciones de comercio justo podría mejorar la aceptación del producto en el mercado español. Los permisos y licencias específicos para la exportación de productos artesanales fueron investigados en el portal de ProColombia (2023).

#### **4.2.2 Requisitos logísticos**

Las mochilas Wayúu se transportarán en contenedores secos, y se utilizarán empaques resistentes a la humedad para preservar la calidad del producto durante su traslado. El punto de entrega bajo el incoterm FOB será el puerto de Cartagena, donde se completará la transferencia de riesgo al comprador.

##### **4.2.2.1 Transporte**

El transporte de mochilas Wayúu desde Colombia a España representa un reto logístico significativo. Hay diferentes opciones de transporte disponibles, el transporte marítimo es el más adecuado debido a los costos y la capacidad de carga. Sin embargo, se recomienda un embalaje adecuado para proteger las mochilas durante el largo viaje. La ruta de transporte seleccionada será desde el puerto de Cartagena hasta el puerto de Algeciras, España. Los operadores logísticos como Maersk y MSC se encargarán del transporte marítimo, ofreciendo servicios de seguimiento en tiempo real para garantizar la seguridad y puntualidad de la entrega.

- **Transporte de mochilas Wayúu: Opciones y desafíos**

Villarreal (2018) y Córdoba (2002) analizan las opciones de transporte internacional para las mochilas Wayúu, discutiendo en particular los términos FOB

(Free On Board) y CIF (Cost, Insurance and Freight) en el contexto de la exportación. Según estos autores:

- ❖ El transporte de mochilas Wayúu desde Colombia a España representa un reto logístico significativo.
- ❖ Existen diferentes opciones de transporte disponibles para este tipo de exportación.
- ❖ El transporte marítimo es el más adecuado debido a los costos y la capacidad de carga.
- ❖ Se recomienda un embalaje adecuado para proteger las mochilas durante el largo viaje.

#### **4.2.2.2 Tiempo de envío.**

El tiempo de envío es un factor crítico, especialmente para mantener la frescura y atractivo del producto en el mercado. Es necesario establecer alianzas con operadores logísticos confiables que puedan asegurar tiempos de envío eficientes y cumplir con los plazos establecidos por los compradores en España.

Según los estudios de Inseroca Internacional (2023) y los datos proporcionados por ProColombia (2023), los tiempos de envío son un factor crítico en la exportación de mochilas Wayúu a España. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes:

##### **- Importancia de los tiempos de envío**

###### **• Frescura y atractivo del producto:**

Inseroca Internacional (2023) señala que los tiempos de envío prolongados pueden afectar la percepción de frescura y novedad de las mochilas Wayúu en el mercado español.

ProColombia (2023) enfatiza que la rapidez en la entrega puede ser un factor diferenciador en un mercado competitivo de artesanías.

###### **- Cumplimiento de plazos:**

Según ProColombia (2023), los compradores españoles suelen establecer plazos

específicos de entrega, especialmente para temporadas de ventas clave.

- **Tiempos de envío estimados**

- **Transporte marítimo:** Inseroca Internacional (2023) reporta que el tiempo promedio de envío por vía marítima desde Colombia a España es de 20 a 25 días.

ProColombia (2023) añade que este tiempo puede extenderse a 30-35 días si se incluyen los procesos de aduana en ambos países.

- **Transporte aéreo:**

Aunque más costoso, ProColombia (2023) indica que el transporte aéreo puede reducir los tiempos de envío a 3-5 días.

Inseroca Internacional (2023) sugiere que esta opción puede ser viable para envíos urgentes o de pequeño volumen.

- **Factores que afectan los tiempos de envío**

**Procesos aduaneros:** Ambas fuentes coinciden en que los trámites aduaneros pueden añadir de 3 a 7 días al tiempo total de envío.

**Localización del comprador:** ProColombia (2023) señala que la distribución dentro de España puede añadir de 1 a 3 días adicionales, dependiendo de la ubicación final del comprador.

**Volumen de envío:** Inseroca Internacional (2023) indica que envíos más grandes pueden requerir tiempos de procesamiento adicionales.

- **Recomendaciones**

**Alianzas estratégicas:** ProColombia (2023) recomienda establecer alianzas con operadores logísticos confiables que tengan experiencia en la ruta Colombia-España.

**Planificación anticipada:** Inseroca Internacional (2023) sugiere planificar los envíos con al menos 2 meses de anticipación para temporadas de alta demanda.

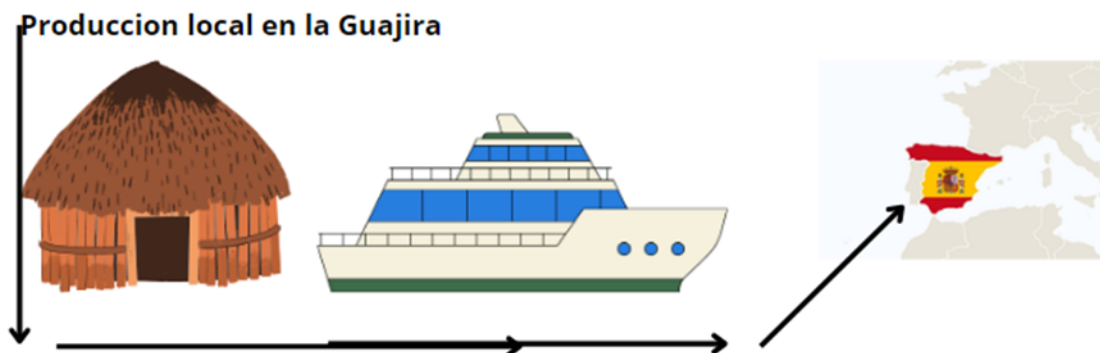
**Comunicación constante:** Ambas fuentes enfatizan la importancia de mantener

una comunicación clara y constante con los compradores sobre los tiempos de envío esperados.

Estas consideraciones sobre los tiempos de envío son cruciales para mantener la competitividad y satisfacción del cliente en la exportación de mochilas Wayúu a España.

**Ruta de distribución:** Se estableció basado en el modo de transporte ideal para las artesanías, con el objetivo de garantizar el cumplimiento en de los tiempos de entrega y la aplicación del incoterm base de la negociación (FOB, 2020) correspondiente al marítimo, las mochilas serán transportadas como carga general, unitarizada, seca e imperecedera. Permitiendo optimizar el traslado de las artesanías de forma segura y rentable.

Figura 6. Ruta de distribución



Fuente: Elaboración propia (2024)

**4.2.2.3 Costos logísticos.** Los costos logísticos, incluyendo transporte, almacenamiento, embalajes y seguros, son un componente importante del precio final del producto. Se proponen estrategias para optimizar estos costos, como la consolidación de envíos y la negociación de tarifas más competitivas con los proveedores de servicios logísticos. Aunque los costos logísticos son elevados, pueden ser gestionados eficazmente para mantener la competitividad del producto en el mercado.

Los costos de exportación bajo el incoterm FOB incluyen transporte local hasta el

puerto de Cartagena, manejo portuario, y los gastos de documentación (SAE y certificado de origen). El costo estimado por mochila es de 10 euros para la movilización dentro de Colombia, mientras que los costos adicionales de transporte internacional y aduanas serán asumidos por el comprador en España.

Los costos asociados con la logística de exportación fueron analizados utilizando la Guía Práctica de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Bogotá (2021). Según la Guía los costos logísticos asociados con la exportación de productos como las mochilas Wayúu incluyen:

- **Costos de transporte:** Transporte interno en Colombia (desde el lugar de producción hasta el puerto o aeropuerto) Flete internacional (marítimo o aéreo) y Transporte en el país de destino (España)

- **Costos Portuarios:**

Movilización interna de la carga  
Llenado y vaciado de contenedor  
Cargue y descargue de contenedor  
Uso de instalaciones portuarias

- **Costos de almacenamiento:**

Almacenaje en puerto de origen (si es necesario)  
Almacenaje en puerto de destino (si es necesario)  
Costos de manipulación y carga/descarga

- **Seguros:**

Seguro de transporte internacional  
Seguro de mercancías (costos locales)

- **Costos aduaneros:**

Gastos de agente de aduanas  
Derechos de aduana e impuestos en el país de destino  
Costos de documentación (certificados de origen, facturas, etc.)

- **Costos de embalaje:**

Materiales de embalaje especiales para proteger las mochilas  
Etiquetado y marcado de cajas  
Comodato de contenedor (alquiler)

**- Costos financieros:**

Costos de cartas de crédito o instrumentos de pago internacional (aplican según método de pago seleccionado o negociado)

Comisiones bancarias

**- Costos de gestión:**

Gastos administrativos relacionados con la exportación

Costos de comunicación y seguimiento de envíos

**- Costos de agenciamiento aduanero** (Si no se actúa de manera directa como declarante)

**- Costos de cumplimiento normativo:**

Certificaciones específicas para productos artesanales

Costos de inspecciones o controles de calidad

Cumplimiento Decreto 1165 Artículo 10. Requisitos y obligaciones del importador y exportador.

**4.3 CARACTERIZAR EL MERCADO POTENCIAL DE MOCHILAS WAYÚU EN EL REINO DE ESPAÑA.**

Peterdy (2023), en su análisis para el *Corporate Finance Institute* en 2023, presenta el marco PESTEL como una herramienta clave para evaluar las influencias externas que afectan a las empresas. Este enfoque ayuda a las organizaciones a identificar oportunidades y amenazas a través de la observación de factores como la política, la economía, la tecnología y el medio ambiente. Peterdy enfatiza la utilidad del PESTEL en la planificación estratégica, ayudando a las empresas a gestionar los riesgos de manera proactiva al adaptarse a los cambios del entorno.

El análisis PESTEL de las mochilas Wayuu en España destaca un entorno favorable para su comercialización debido al interés creciente en productos sostenibles y artesanales. Los tratados de libre comercio entre la UE y Colombia facilitan su importación, y las políticas de comercio justo brindan apoyo a estos productos éticos. Además, el poder adquisitivo de los consumidores y el creciente interés en la moda ética en ciudades como Madrid y Barcelona son factores clave para su éxito, especialmente entre el público joven que busca productos con historia y autenticidad cultural.

Sin embargo, factores económicos como la inflación y el desempleo podrían afectar la demanda en tiempos de crisis. Las redes sociales y el comercio electrónico juegan un papel crucial en su comercialización, permitiendo que las mochilas lleguen a un público más amplio. También es importante cumplir con las normativas de importación y proteger la autenticidad del producto frente a posibles imitaciones, garantizando que las mochilas Wayuu se mantengan como productos de lujo culturalmente valorados y éticamente producidos.

Tabla 7. Análisis PESTEL de las Mochilas Wayuu en España

Fuente: elaboración propia (2024).

Factores	Descripción
<b>Político</b>	- Tratados de libre comercio entre la UE y Colombia favorecen la importación.
	- Apoyo a políticas de comercio justo y protección artesanal.
<b>Económico</b>	- Depende del poder adquisitivo del consumidor español.
	- Tendencias económicas como la inflación y el desempleo pueden afectar la compra de productos artesanales.
<b>Social</b>	- Creciente interés en moda étnica y sostenible.
	- Público objetivo: jóvenes y adultos en ciudades grandes como Madrid y Barcelona.
<b>Tecnológico</b>	- Expansión del comercio electrónico facilita la venta de productos artesanales.
	- Redes sociales clave para el marketing visual de las mochilas Wayuu.
<b>Ecológico</b>	- Tendencia hacia productos sostenibles y de bajo impacto ambiental.
	- Las mochilas Wayuu, hechas a mano con materiales naturales, tienen potencial de éxito en este mercado.
<b>Legal</b>	- Cumplimiento de normativas aduaneras y etiquetado para productos textiles.
	- Protección de la autenticidad de las mochilas frente a posibles copias o competencia desleal.

### 4.3.1 Mercado potencial.

#### 4.3.1.1 Demanda

Según Ipuana (2023) y Lambin (2017) la demanda de productos artesanales en España, como las mochilas Wayúu, está en crecimiento, especialmente en mercados nicho y entre consumidores que valoran la autenticidad y la artesanía. La demanda se concentra en grandes ciudades y regiones con un alto nivel de ingresos y educación. Se sugiere que la estrategia de marketing se enfoque en estos mercados para maximizar el potencial de ventas.

Figura 7. Análisis del mercado regional de las mochilas



Fuente: informe de expertos (2023).

Al centrarse en el análisis del mercado europeo, se observa que España desempeña un papel destacado como destino para las exportaciones de mochilas Wayuu, lo que refleja una tendencia en alza en la demanda de productos artesanales y sostenibles. Europa en su conjunto se presenta como un mercado favorable para estos productos, gracias a varios factores que impulsan las exportaciones de artículos hechos a mano, como las mochilas Wayuu.

#### **4.3.1.2 Segmento de mercado.**

Este análisis está basado en principios generales de marketing y segmentación de mercado, aplicados a un producto específico (las mochilas Wayuu) en un contexto geográfico y cultural particular (España). Esta segmentación sigue estrategias que son ampliamente utilizadas en marketing, (Kotler & Keller 2016).

##### **- Segmentación Sociodemográfica**

#### **Clase Social (Media-Alta y Alta)**

Consumidores con ingresos disponibles para invertir en productos únicos y artesanales. Este grupo está dispuesto a pagar un precio premium por productos que ofrezcan exclusividad y cuenten con un trasfondo cultural.

#### **Edad**

**Jóvenes adultos (18-35 años):** este grupo podría estar interesado en las mochilas Wayuu por su carácter artesanal, colorido y su tendencia a usar productos que expresen su estilo personal y diferenciado.

**Mujeres (30-45 años):** mujeres interesadas en moda artesanal y en productos sostenibles.

**Género:** principalmente mujeres, aunque también hay un nicho de hombres que buscan accesorios étnicos y bohemios.

**Ingresos:** consumidores con ingresos medios y altos, ya que las mochilas Wayuu suelen tener un precio más elevado debido a su proceso artesanal.

##### **-Segmentación geográfica**

**Ubicación:** las mochilas Wayuu podrían tener más éxito en grandes ciudades cosmopolitas donde se valora la moda étnica y artesanal, como Madrid, Barcelona, Valencia o Sevilla.

**Regiones turísticas:** las zonas costeras y los destinos turísticos internacionales, como las Islas Baleares o las Islas Canarias, podrían ser buenos mercados debido a la afluencia de turistas internacionales que buscan productos únicos y culturales

### **- Segmentación psicográfica**

#### **Estilo de vida:**

**Bohemio o étnico:** personas con un estilo de vida bohemio que buscan moda única, colorida y artesanal.

**Conciencia ecológica y sostenible:** consumidores que prefieren productos hechos a mano y que apoyan el comercio justo, valorando la tradición cultural de los pueblos indígenas Wayuu.

**Intereses:** personas interesadas en la moda ética, el turismo cultural y la artesanía.

**Valores:** consumidores que buscan autenticidad y exclusividad en los productos que compran, valorando el impacto social que generan.

### **- Segmentación conductual:**

#### **Motivo de compra:**

**Regalos:** mochilas Wayuu como obsequios únicos y especiales.

**Moda:** uso diario como complemento de moda étnico y original.

**Lealtad a la marca:** consumidores interesados en marcas de moda étnica, artesanal o productos exclusivos con historia cultural.

**Ocasión de compra:** las mochilas Wayuu podrían tener una mayor demanda en épocas como verano, ferias de moda étnica, y eventos o mercados de productos sostenibles.

#### **Estrategia de Segmentación**

Promover las mochilas Wayuu como un producto artesanal y de comercio justo, destacando su impacto social positivo en las comunidades indígenas. Se recomienda colaborar con influencers y celebridades de moda étnica para atraer a un público joven, así como participar en ferias y mercados de productos artesanales y sostenibles para aumentar la visibilidad y generar interés en la cultura y moda ética.

#### 4.3.1.3 Competencia.

Porter (2008), en su modelo de las Cinco Fuerzas, analiza la competencia directa como la rivalidad entre empresas que ofrecen productos similares, compitiendo en aspectos como precio y diferenciación, tal como ocurre con las mochilas Wayuu y otros productos artesanales. La competencia indirecta la aborda a través de los productos sustitutos, que, aunque no idénticos, satisfacen las mismas necesidades del consumidor, como los bolsos de moda étnica o bohemia no artesanal. Porter sugiere que, para enfrentar esta competencia, las empresas deben centrarse en la diferenciación, resaltando el valor único del producto (autenticidad cultural y sostenibilidad), mientras controlan precios y ajustan sus estrategias a las preferencias del consumidor.

##### 1. Competencia directa

Esta categoría incluye productos que comparten similitudes con las mochilas Wayuu, especialmente en términos de ser artesanales y parte de la moda étnica. Algunos ejemplos de competencia directa son:

- **Otras marcas que venden productos Wayuu:** Varias marcas ofrecen mochilas Wayuu, ya sea a través de importadores que trabajan directamente con comunidades Wayuu en Colombia o de diseñadores que colaboran con ellas. Estas marcas pueden competir en aspectos como el precio, la autenticidad y el diseño.
- **Productos artesanales de otras culturas:** Marcas que comercializan artículos similares hechos a mano provenientes de otras comunidades tradicionales o indígenas, como textiles de Perú, bolsos de México o artesanías marroquíes.
- **Tiendas de comercio justo:** Establecimientos especializados en productos éticos y de comercio justo, que ofrecen una amplia gama de artículos artesanales de diversas culturas del mundo.

##### 2. Competencia indirecta

Esta categoría incluye productos que, aunque no son necesariamente artesanales, compiten por el mismo tipo de consumidor, generalmente interesado en moda, exclusividad y sostenibilidad. Algunos ejemplos son:

- **Marcas de moda sostenible:** empresas como **Ecoalf**, **Thinking Mu** o **Skunkfunk**, que promueven la moda ética y sostenible, captando a consumidores preocupados por el medio ambiente y la responsabilidad social.
- **Bolsos con estilo bohemio o étnico no artesanal:** tiendas de moda como **Desigual** o **Zara** que ofrecen productos con inspiración étnica, aunque no sean hechos a mano, dirigiéndose a un público similar.
- **Marcas de lujo enfocadas en sostenibilidad:** algunas marcas de lujo, como **Stella McCartney**, que combinan la sostenibilidad con el diseño de alta gama, pueden atraer a consumidores de alto poder adquisitivo interesados en productos éticos.

### 3. Aspectos clave de la competencia

- **Precio:** las mochilas Wayuu suelen tener un precio elevado debido a su naturaleza artesanal, lo que las sitúa en competencia con otros productos exclusivos y artesanales.
- **Autenticidad:** la historia y el trasfondo cultural de las mochilas Wayuu, asociadas a la comunidad indígena, es un elemento diferenciador importante frente a otros competidores.
- **Disponibilidad y canales de venta:** tener acceso a los puntos de venta adecuados, como tiendas especializadas en productos éticos, ferias de artesanías o plataformas de venta en línea, es esencial para mantenerse competitivo.

Podemos inferir que la competencia de las mochilas Wayuu en España incluye tanto productos artesanales de diferentes culturas como marcas de moda sostenible y de diseño que buscan atraer a consumidores interesados en productos éticos y exclusivos.

#### 4.3.1.4 Canales de venta.

El estudio acerca de los canales de venta de las mochilas Wayuu en España se basa en conceptos generales sobre la distribución de productos artesanales, estrategias de moda sostenible y comercio justo, así como en el análisis de tendencias actuales de venta en Europa. Aunque no proviene de una fuente específica sobre mochilas Wayuu, está respaldada por estrategias de marketing y distribución de productos comparables, Kotler & Keller (2016).

Los canales de distribución para las mochilas Wayuu en España pueden clasificarse en varias categorías, cada una con enfoques particulares:

### 1. Tiendas físicas especializadas:

- **Comercios de comercio justo y artesanía:** establecimientos que promueven productos éticos y sostenibles, atrayendo a consumidores interesados en apoyar la moda consciente y el comercio justo.
- **Boutiques de moda étnica y bohemia:** tiendas que se especializan en artículos de diseño exclusivo con influencias culturales y étnicas, donde las mochilas Wayuu encajan perfectamente.

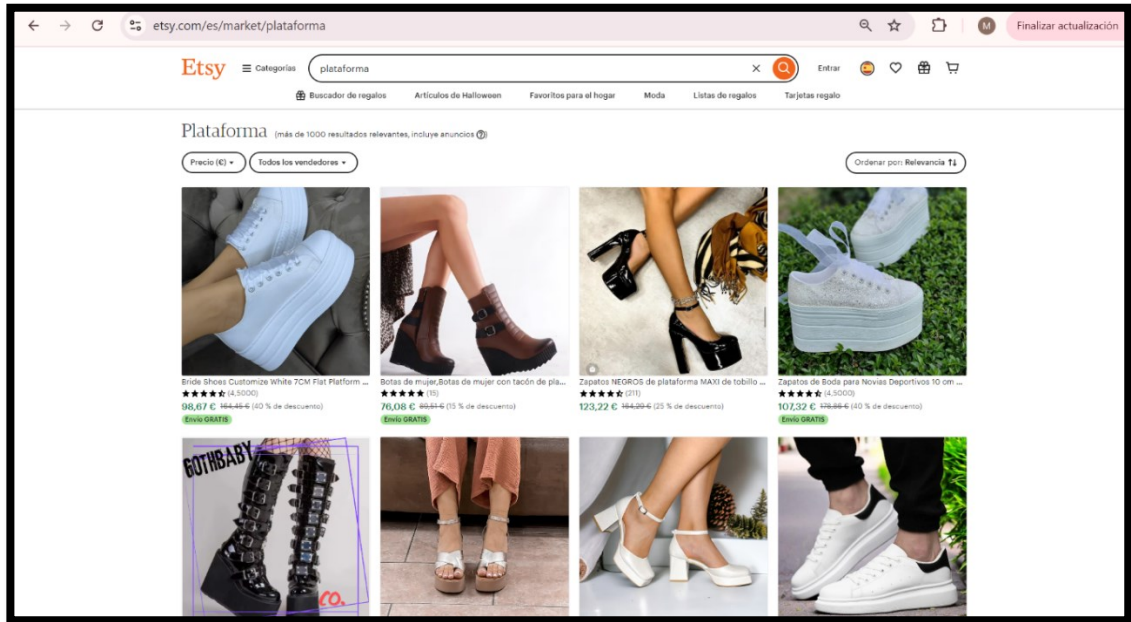
### 2. Mercados y ferias:

- **Ferias de artesanía y diseño independiente:** participar en estos eventos permite que los consumidores conozcan de primera mano las mochilas Wayuu y su historia cultural.
- **Ferias de moda sostenible:** estos eventos, que destacan la moda ética y ecológica, son espacios ideales para promover las mochilas Wayuu y captar a un público preocupado por el impacto social y ambiental de sus compras.

### 3. Comercio en línea:

- **Tiendas online o plataformas especializadas en artesanía:** el comercio electrónico, ya sea a través de una tienda en línea propia o plataformas como **Etsy**, permite llegar a una audiencia global.

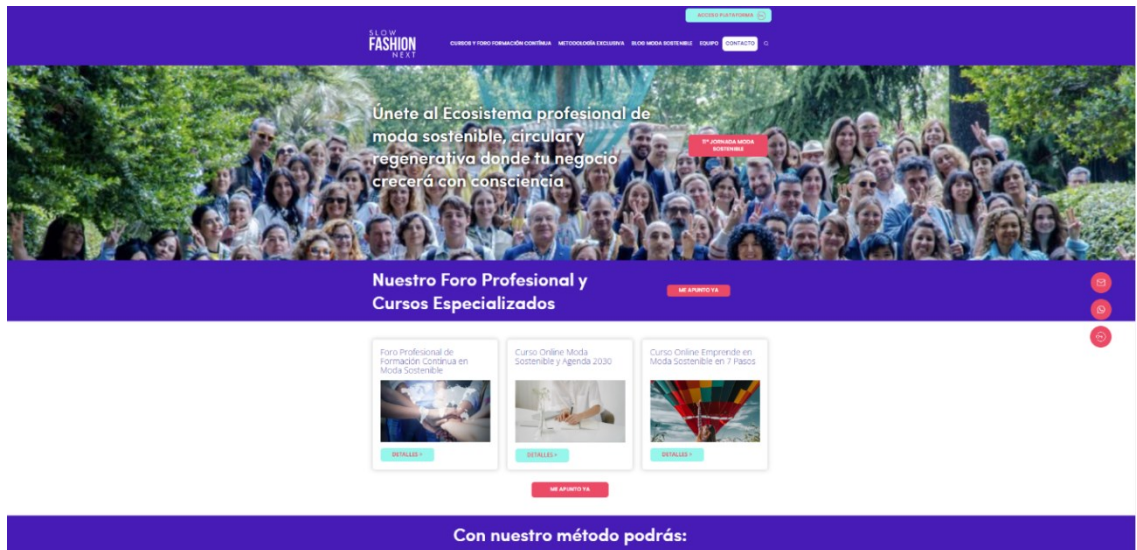
Figura 8. Plataforma Etsy



Fuente: etsy (2024)

- **Marketplaces de moda sostenible:** portales como **Slow Fashion Next** ofrecen un espacio donde se pueden comercializar productos éticos, como las mochilas Wayuu.

Figura 9. Portal Slow Fashion Next



Fuente: slow fashion next (2024)

- **Redes sociales:** plataformas como **Instagram** y **Facebook** permiten vender mochilas directamente, mientras conectan con una audiencia interesada en moda artesanal.

#### 4. Grandes cadenas y tiendas selectas:

- **Concept stores:** algunas tiendas especializadas en productos únicos o de diseño pueden incluir mochilas Wayuu en su oferta, especialmente aquellas orientadas a la moda alternativa o ética.

Estos diversos canales ofrecen oportunidades para llegar a diferentes segmentos de consumidores interesados en productos artesanales y sostenibles en España.

#### 4.4 PROPONER ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN ADECUADAS PARA LAS MOCHILAS DE LA GUAJIRA COLOMBIANA EN EL MERCADO ESPAÑOL.

##### 4.4.1 Estrategias de comercialización.

Las estrategias de comercialización de las mochilas Wayuu en España están basadas en principios generales de marketing y en el análisis de tendencias actuales del mercado de productos artesanales y sostenibles. Específicamente, las 4P's del marketing (Producto, Precio, Promoción y Plaza) son un marco clásico desarrollado por autores como Kotler & Keller (2016).

#### 1. Producto

- **Calidad artesanal y autenticidad:** es fundamental posicionar las mochilas Wayuu como artículos de alta calidad, elaborados a mano por la comunidad indígena Wayuu, destacando su proceso artesanal y el uso de materiales naturales. La autenticidad cultural y la sostenibilidad son elementos clave que deben comunicarse.
- **Diferenciación:** subrayar la exclusividad de cada mochila, ya que cada pieza tiene un diseño único. Esto permite atraer a consumidores que valoran productos sostenibles y de comercio justo.
- **Empaques ecológicos:** usar embalajes ecológicos y atractivos que refuercen el mensaje de sostenibilidad y respeto al medio ambiente, alineándose con las expectativas del consumidor en España.

## 2. Precio

- **Precio premium:** debido a su naturaleza artesanal, las mochilas Wayuu pueden posicionarse como productos de lujo, reflejando la calidad, exclusividad y el valor cultural que representan.
- **Diversificación de precios:** ofrecer diferentes categorías de mochilas (gamas más asequibles y de edición limitada) para captar tanto a compradores de lujo como a aquellos interesados en productos éticos a precios más accesibles.
- **Valor añadido:** el precio debe justificar el impacto positivo que tiene en las comunidades Wayuu y la historia detrás del producto, lo que refuerza la percepción de valor.

## 3. Promoción

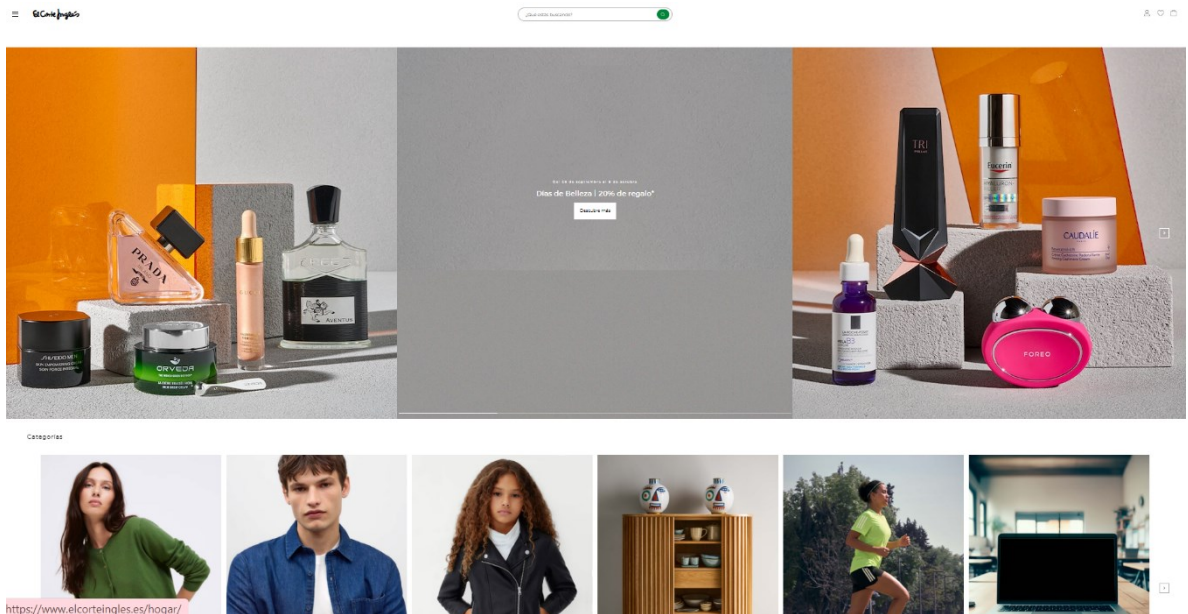
- **Marketing de influencers:** colaborar con influencers que promuevan la moda ética y sostenible para llegar a un público más joven y consciente, utilizando redes sociales visuales como Instagram.
- **Narrativa de marca:** contar la historia detrás de cada mochila, destacando su valor cultural y el impacto del comercio justo. Esta narrativa es atractiva para consumidores que buscan productos con propósito.
- **Participación en eventos de moda ética:** exhibir las mochilas en ferias y mercados de moda sostenible y artesanía permite aumentar la visibilidad y conectar con consumidores interesados en productos responsables.
- **Publicidad en medios especializados:** invertir en medios y revistas que promuevan la moda sostenible y la conciencia ética es una forma efectiva de captar a un público afín.

## 4. Plaza (Distribución)

- **Venta online:** usar plataformas de comercio electrónico, ya sea a través de una tienda online propia o mediante marketplaces como Etsy o Slow Fashion Next, permite llegar a una audiencia global. También se pueden utilizar redes sociales para vender directamente a los consumidores.
- **Tiendas físicas especializadas:** distribuir las mochilas en boutiques dedicadas a la moda ética y sostenible, así como en tiendas de comercio justo y concept stores, que se enfocan en productos exclusivos y artesanales.

- **Ferias y mercados:** participar en mercados locales y ferias de artesanía y diseño es una excelente manera de generar visibilidad y atraer a consumidores directamente.
- **Grandes almacenes selectos:** colocar las mochilas en tiendas selectas que promuevan productos sostenibles y de alta calidad, como El Corte Inglés, en su sección de moda ética.

Imagen. Tienda El Corte Ingles



Fuente: El Corte Ingles (2024).

Estas estrategias permiten aprovechar los valores de autenticidad y sostenibilidad de las mochilas Wayuu para atraer a consumidores conscientes y de alto perfil en el mercado español.

#### 4.4.2 Estrategias de distribución

El canal de distribución será indirecto, mediante un agente comercial en España, quien se encargará de la distribución tanto en tiendas físicas especializadas como en plataformas de e-commerce como Amazon Handmade y Etsy. Se utilizará una estrategia omnicanal con distribución selectiva para garantizar la exclusividad de las mochilas Wayúu en puntos clave del mercado.

#### **4.4.2.1 Logística**

La logística de distribución de las mochilas Wayúu debe ser eficiente y confiable para garantizar que el producto llegue a los consumidores en óptimas condiciones. Es importante trabajar con operadores logísticos que tengan experiencia en la manipulación y transporte de productos artesanales. Se recomienda implementar un sistema de seguimiento que permita a los clientes rastrear sus pedidos en tiempo real, aumentando la confianza y la satisfacción del cliente. Además, la estrategia logística debe incluir opciones de entrega rápida para los mercados urbanos, donde la demanda de productos artesanales de alta calidad es mayor. Lambert (2008) y Villarreal (2018).

#### **Logística de Distribución:**

- **Optimización de la cadena de suministro:** Lambert (2008), sugiere la implementación de una cadena de suministro integrada que conecte a los artesanos Wayúu, los intermediarios comerciales, y los distribuidores en España de manera fluida. Esto implica coordinar todas las actividades logísticas, desde la producción hasta la entrega final, para minimizar costos y tiempos de envío.

- **Unitarización y embalaje:** Villarreal (2018), recomienda el uso de embalajes adecuados que protejan los productos durante el transporte internacional. En este sentido, se sugiere emplear unitarización de la carga mediante contenedores estandarizados para facilitar el manejo en puertos y reducir riesgos de daños.

- **Transporte y almacenamiento:** Lambert (2008), destaca el uso del transporte marítimo como el más económico para exportaciones a larga distancia, mientras que Villarreal (2018) recomienda analizar rutas de transporte y centros de almacenamiento en España para optimizar la distribución interna.

- **Tecnología de la información:** Lambert (2008), también propone el uso de sistemas de gestión logística (WMS) para monitorear el inventario y el flujo de productos a lo largo de la cadena de suministro, lo que mejora la trazabilidad y la planificación de la demanda.

#### **4.4.2.2 Alianzas estratégicas.**

Las alianzas estratégicas son esenciales para expandir la presencia de las mochilas Wayúu en el mercado español. Se crearán asociaciones con

organizaciones culturales, ONGs, y plataformas de comercio justo para aumentar la visibilidad del producto y reforzar su posicionamiento como un artículo auténtico y ético. Estas alianzas no solo facilitarán la distribución, sino que también ayudarán a promover los valores culturales y sostenibles asociados con las mochilas Wayúu, lo que es crucial para atraer a consumidores conscientes. Se consideraron posibles alianzas estratégicas apoyándose en la información de Restrepo Monsalve (2022) y Chicaiza Rodríguez (2020).

Para la distribución de las mochilas Wayuu, se pueden establecer alianzas con tiendas de comercio justo y moda sostenible, como **Fair Changes** o la sección de productos sostenibles de **El Corte Inglés**, lo que asegura una conexión directa con consumidores conscientes. La participación en **pop-up stores** enfocadas en artesanía y sostenibilidad también ofrecería una exposición directa en puntos de alto tráfico. Además, colaborar con marketplaces como **Etsy**, **Amazon Handmade**, y plataformas especializadas en productos éticos como **Slow Fashion Next** o **BioCultura** aseguraría una sólida presencia digital y un acceso ampliado al mercado online.

#### **4.4.2.3 Canales de distribución**

Los canales de distribución deben ser seleccionados cuidadosamente para garantizar que las mochilas Wayúu lleguen al público adecuado para maximizar la cobertura de mercado.

Los estudios de García Villanueva (2006) y ProColombia (2023) destacan la importancia de utilizar múltiples canales de distribución para las mochilas Wayuu, combinando plataformas online como Etsy y Amazon Handmade con tiendas físicas especializadas en productos artesanales y espacios culturales como museos. Para maximizar la cobertura de mercado en España, se recomienda una logística eficiente, con alianzas estratégicas con comunidades indígenas y operadores logísticos. Esto debe complementarse con un sistema de inventario bien gestionado y la participación en ferias, garantizando una presencia fluida tanto en el comercio digital como en el físico.

##### **a) Venta online (e-commerce):**

- **Tienda en línea propia:** crear una tienda web propia que incluya una interfaz de usuario intuitiva, opciones de pago seguro y envíos a toda

España y Europa. La página web debe estar optimizada para SEO, con el fin de atraer tráfico orgánico.

- **Marketplaces y plataformas de comercio ético:** distribuir las mochilas en plataformas como **Etsy**, **Amazon Handmade**, y **Slow Fashion Next**. Estas plataformas permiten llegar a un público amplio y especializado en productos sostenibles y artesanales.

#### **b) Tiendas físicas especializadas:**

- **Boutiques y concept stores de moda étnica:** distribuir las mochilas Wayuu en tiendas físicas que se centren en productos exclusivos, de moda bohemia y con enfoque étnico. Estas tiendas suelen atraer a un público que valora la artesanía y la autenticidad.
- **Tiendas de comercio justo y moda sostenible:** colocar las mochilas en tiendas especializadas en comercio justo y moda ética, como Oxfam Intermón o FairChanges, donde los consumidores buscan productos con un impacto positivo en las comunidades productoras.

#### **c) Participación en ferias y mercados:**

- **Ferias de artesanía y moda sostenible:** Participar en ferias como BioCultura o Feria Internacional de Moda Sostenible, que ofrecen acceso a clientes que valoran la moda ética y el comercio justo.
- **Mercados de diseño y moda artesanal:** Exponer en eventos de diseño independiente o ferias de artesanía local permite una interacción directa con los clientes, promoviendo el producto y su historia.

#### **d) Tiendas por departamentos y grandes almacenes:**

- Colocar las mochilas Wayuu en secciones dedicadas a productos sostenibles dentro de grandes almacenes como El Corte Inglés, ofreciendo acceso a un público más amplio. También considerar alianzas con tiendas multimarca que promuevan productos de alta calidad y moda ética.

## **EN LA PRESENTE INVESTIGACIÓN EL CANAL UTILIZADO SERÁ EL:**

**4.4.2.4 Canal Largo e Indirecto:** la distribución será unicanal. Representa tres o más niveles, incluyendo fabricantes (wayuu), mayoristas (el exportador), minoristas (agente o aliado) y consumidores finales. a veces formado Parte: Distribuidor, corredor o agente. La distribución será exclusiva.

Se otorga a un único distribuidor (agente comercial en España) el derecho exclusivo de venta del producto, quien a su vez se compromete a no vender productos similares de otros fabricantes.

Es recomendable al tratar de buscar construir una marca y posicionar el producto. Como exportador y vendedor internacional, se mantiene el control sobre la política comercial.

### **4.4.2.5. Contrato de compraventa internacional**

El marco legal para transacciones internacionales se desarrolla de acuerdo con diferentes tipos de contratos, de los cuales el más importante es el de compraventa, pues de él se derivan los demás. El contrato de compraventa internacional es un texto impreso con las condiciones generales de venta y es especialmente útil para las empresas de tamaño medio o pequeño que se dediquen a la exportación. El contrato de compraventa es una de las modalidades más usadas en la práctica del comercio internacional, regula las obligaciones del vendedor y comprador. Es conveniente que el contrato incluya un conjunto específico de materias. Para contar con normas y lenguaje universal en materia de contratos de compraventa las Naciones Unidas elaboró en 1980 la “Convención sobre Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías” Blanck, (2016).

## **4.5 PLAN DE EXPORTACIÓN**

Como ya se mencionó anteriormente en la parte teórica de esta monografía, el plan de exportación se diseña de conformidad con el planteamiento de Hurtado Cosio, J. M. (2020). en su artículo Los proyectos y los planes de negocios. La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) es la principal herramienta para facilitar el comercio internacional en Colombia, una vez el exportador se haya registrado en la DIAN como usuario aduanero exportador y obtenido su RUT procede hacer su registro en la VUCE. El trámite lo puede realizar el exportador directamente o a través de una agencia de aduana o apoderado, el Ministerio de Comercio Exterior ha diseñado una página web exclusivamente para este trámite.

**4.5.1 Resumen ejecutivo.** El diseño del plan de exportación de mochilas Wayuu desde La Guajira colombiana hacia el reino de España es una propuesta investigativa que busca presentar las pautas que debe dar un comerciante que quiere exportar su producto hacia España, en este caso artesanías colombianas. El plan cuenta con un elemento diferenciador que consiste en la introducción de un profesional en comercio internacional para que establezca contacto con los clientes potenciales y desarrolle una actividad de fidelización con los que compren el producto a exportar.

La exportación de un producto consta de dos momentos o partes, por un lado, están las actividades que debe llevar a cabo el exportador dentro del país de origen, esto la búsqueda y posterior relación con los proveedores, el proceso de compra, empaque y embalaje del producto, encontrar los medios seguros y económicos de transporte, establecer las garantías relacionadas con seguros, documentación el pago de trámites aduaneros, el lleno de los requisitos necesarios para la exportación, de acuerdo con los INCOTERMS mediante los cuales se haya establecido el negocio, entre otros.

Las otras actividades se relacionan con el importador en España, quien debe encargarse de la recepción de la mercancía, asegurar el medio de transporte, los trámites aduaneros, los seguros y el almacenaje y la entrega de la mercancía a sus respectivos compradores. Esta parte la hará el profesional en comercio internacional en España, quien además estará encargado del aspecto comercial y el manejo de las relaciones con los clientes.

El plan de exportación cuenta con la fortaleza de que solo hay que asegurar la primera de estas dos partes porque la introducción y manejo del proceso estará por cuenta de la parte que recibe la mercancía en España, que ya tiene los contactos en país destino, pues cuenta con la ventaja de ser ciudadano Colombo Español.

**4.5.2 Descripción del negocio.** El negocio surge como un encuentro casual entre el investigador y un ciudadano Colombo español que vive en la ciudad de

Valencia, España, quien se encarga de desarrollar la parte comercial del producto. La visita a La Guajira colombiana permitió que el agente español estuviera de acuerdo en participar en el negocio de introducir las mochilas wayúu en su país. Es un acuerdo de dos partes donde la parte en Colombia compra y envía el producto y la parte en España lo comercializa con una participación equitativa de utilidades.

La mochila wayúu es una de las artesanías más populares en Colombia y causa un gran impacto en el comprador extranjero en la medida que es totalmente hecha a mano. Existen otros productos de la etnia wayúu que pueden ser comercializados en el exterior, por el momento la iniciativa se centra en este tejido.

**4.5.4 Plan estratégico.** La empresa por medio de la cual se hará la exportación es una Sociedad por acciones simplificada (SAS). La Cámara de Comercio de Bogotá afirma que las Sociedades por Acciones Simplificadas están reglamentadas por la Ley 1258 de 2008. Fue una figura que la ley estableció para facilitar los procedimientos de la constitución de empresas. La SAS se asimila a las anónimas y a las limitadas. La particularidad de esta sociedad es que la pueden constituir una o varias personas naturales o jurídicas Quiénes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. El nombre de la empresa es: Comercializadora colombiana de mochilas SAS.

**4.5.4.1 Misión.** Generar satisfacción y sentido de exclusividad en los clientes que usen una mochila Wayúu como parte de su accesorio personal.

**4.5.4.2 Visión.** Para el año 2030 seremos la primera empresa del departamento de La Guajira colombiana en ventas de mochilas Wayúu en el mercado español.

**4.5.4.3 Objetivos corporativos.** Los objetivos de la Comercializadora colombiana de mochilas SAS son:

- (a) Ofrecer un producto de calidad.
- (b) Brindar acompañamiento al cliente de forma personal.
- (c) Diversificar en el mediano y largo plazo.
- (d) Establecer relaciones de ganar-ganar con los clientes.
- (e) Ser reconocidos como una empresa responsable y comprometida con la satisfacción del cliente.
- (f) Incrementar los ingresos de los proveedores pagándoles las mochilas en un

20% más alto que los precios que se manejan actualmente en el mercado.

#### **4.5.4.4 Valores institucionales de la Comercializadora colombiana de mochilas SAS.**

- (a) El respeto por el cliente es nuestra identidad.
- (b) Tratar a nuestros proveedores con dignidad y valorar su trabajo por lo que se les pagará un porcentaje mayor al que se ofrece en el momento.
- (c) La responsabilidad es una manera de ser y se constituye en el eje sobre el cual establecemos nuestras relaciones.

SUIN-JURISCOL.GOV.CO. (2023), hablando sobre quienes pueden exportar afirma que de acuerdo con el Decreto 1165 de 2019 pueden exportar las personas naturales, jurídicas y sucursales de sociedades extranjeras que estén inscritas en el RUT y tengan la calidad de usuario aduanero exportador. Se aclara que las personas jurídicas deben estar domiciliadas o estar representadas legalmente en el país. El mismo Decreto habla sobre las obligaciones del exportador entre las cuales se encuentran: tramitar los documentos que soporten la operación al momento de presentar la Solicitud de Autorización de Embarque (SAE), mantener los documentos soporte y entregarlos cuando se requiera, atender las indicaciones, exigencias, requisitos y condiciones establecidos en las normas correspondientes

**4.5.5 El producto.** El material principal utilizado en la fabricación de las mochilas Wayuu es la fibra de algodón. Las mujeres Wayuu tejen estas mochilas tradicionalmente utilizando técnicas de tejido de gancho o crochet, pasando la fibra de algodón a través de sus dedos para crear los patrones característicos.

Según Artesanías de Colombia 2023. Las mochilas son el fiel reflejo de las tradiciones de la etnia y que forma parte de la narrativa del pueblo apegado a sus tradiciones y formas de ver la vida. El tejido wayuu va ligado a las representaciones del contexto y de la tradición que se transmite de generación en generación a través de la narrativa oral. La variedad de colores de este producto lo hace una prenda exclusiva y que tiene gran impacto entre la población femenina. (Ver figura ).

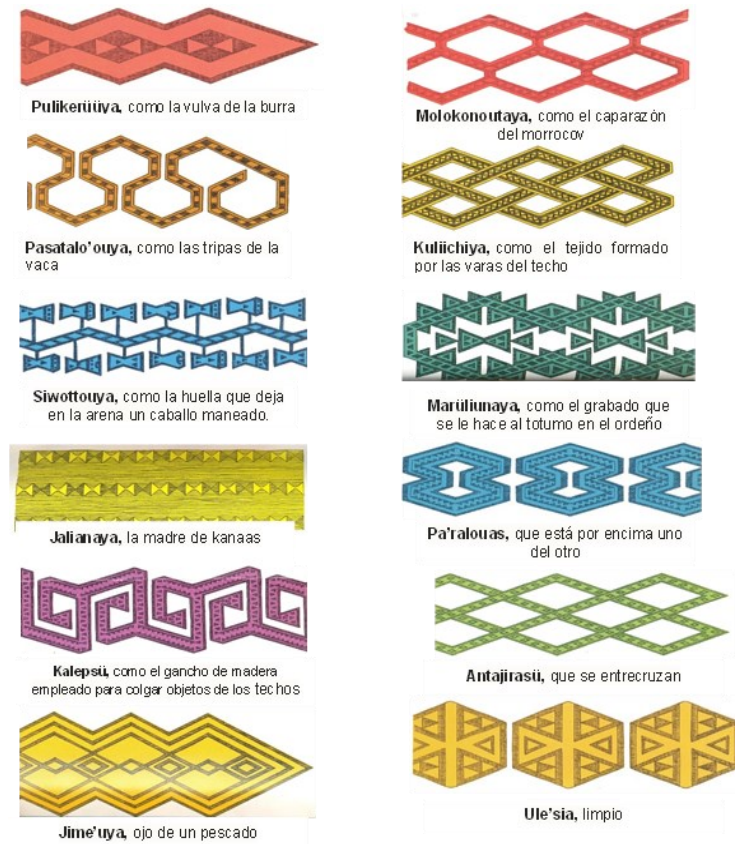
Figura 11. Diseños de mochilas wayúu.



Fuente: Portal web de Artesanías de Colombia (2023)

La mochila wayuu tiene un valor agregado en sí misma y es el significado antropológico que deviene de la simbología wayúu. Cada tejido que realizan tiene un valor y significado ancestral que se remonta al periodo precolombino. Existe una serie de motivos tradicionales en el tejido wayúu que interpreta elementos de la naturaleza, así como elementos abstractos de la vida cotidiana otorgándole a sus diseños un gran simbolismo en función de su cosmovisión étnica.

**Figura 12. Simbología de los tejidos Wayúu.**



Fuente: Portal web de Artesanías de Colombia (2023)

Finalmente, en cuanto a la actividad económica relacionada con la exportación de mochilas, esta se encuentra situado en el código CIIU 1391 que incluye seis actividades entre las cuales se encuentra la fabricación de otros tejidos de punto o ganchillo como en el cual caben la fabricación de mochilas wayuu.

**4.5.6 Proveedores: artesanos de mochilas Wayúu en La Guajira.** A continuación, se presenta un cuadro extraído del portal de Artesanías de Colombia donde se presentan las organizaciones de artesanos en el departamento de la Guajira que ofrecen sus artesanías a los distintos compradores que lo solicite, sin embargo es importante advertir que en cada comunidad wayúu o ranchería como se llaman, se pueden encontrar las distintas artesanías que ellos elaboran, por tal motivo se presenta esta información como un referente de los proveedores, pero hay muchas comunidades que venden sus productos y tienen los precios unificados.

Tabla 8. Artesanos de mochilas Wayúu en La Guajira.

Ciudad	Nombre de la empresa	Productos	Representante legal	Dirección	Teléfono	Correo
Barrancas	AYATAIN	Chinchorros, mochilas, mantas, cinturones.	Aura Vidalina Robles Gutiérrez	Calle 11 No. 5-127	(055) 774 8424 - 315 727 04 50	aurarobles.wa yuu@gmail.com
	Fondo de Desarrollo Empresarial	Mantas, mochilas, chinchorros, waireñas, tapices, individuales, bolsos.	Antonio Parodi Jiménez	Calle 11 #13-81	(055) 774 9256 - 300 800 51 14	fondeba@hotmail.com
Cabo de la Vela	KASIWO LIN	Mochilas, chinchorros	Deisy Pushaina	Cabo de La Vela	310 681 87 10	n.a.
Maicao	OUIWOU JEKETNU EPIEYU	Mantas wayúu, mochilas de diferentes tamaños, manillas, y bufandas.	Zoila Brito Insiarte	Calle 34A #13A-75	314 561 47 56	zoila.a.trad@hotmail.com
	JALIANA YA Empresa Asociativa de Trabajo	Chinchorros, mochilas, kapoterías, mantas, manillas, llaveros en diferentes	María Cristina Gómez	Calle 2 #2-07	(055) 774 8516 - 311 442 10 17	cristina.jaliana@hotmail.com www.jalianaya.com

		técnicas elaboradas el hilo miratex y algodón				
Riohacha	Fundación Achajawa Wakuaipa	Chinchorros, mochilas, mantas en hilo de algodón.	Mery Redondo	Calle 18 #5B-06		fundachajawa wakuaipa@terra.com
	Fundación Taller Artesanal Kanaspi	Chinchorros, mochilas, mantas en hilo de algodón.	Cenaida Pana De Barros	Calle 12A #18-120, Barrio José A. Galán.	300 744 92 27 310 682 54 77	kanaspi@yahoo.es
	Taller Artesanal Aruatación	Mochilas, chinchorros, kapoterras entre otros tejidos wayuu.	Carmen Palmar Uriana	Km 53, Vía Uribia.	312 332 68 67	albemar2012@hotmail.com
Uribia	Centro Temático Artesanal del Sombrero Wayúu	Sombreros wayuu en color crudo y en policromía para damas, susii, sumosola, sombreros	Gary Alexander González	Uribia	310 424 19 63	garywayuu siju na@gmail.com

Fuente: Artesanías de Colombia (2013)

#### **4.5.7 Estrategia de Publicidad Digital**

##### **- Plataformas de Publicidad Digital:**

Google: Se recomienda utilizar anuncios pagados en Google para captar a los usuarios que buscan productos artesanales o mochilas exclusivas.

Facebook e Instagram: Estas plataformas permiten segmentar al público objetivo por intereses, ubicación, y comportamiento de compra. Al tratarse de productos culturales, los anuncios deberán enfocarse en el valor artesanal y la historia detrás de las mochilas Wayúu.

Etsy: Dado que Etsy es una plataforma especializada en productos artesanales, los anuncios pagados en esta plataforma pueden aumentar la visibilidad entre compradores que valoran la artesanía y autenticidad.

**- Presupuesto de Publicidad:** Se sugiere asignar un presupuesto mensual de 1000 € para la publicidad digital, distribuidos de la siguiente manera:

Google: 400 € al mes.

Facebook e Instagram: 300 € al mes.

Etsy: 300 € al mes.

Estos costos cubrirán tanto anuncios pagados por clic como campañas de remarketing para captar a usuarios que ya han mostrado interés en productos similares.

##### **- Campañas de Marketing Digital**

Campaña de Lanzamiento en España:

Objetivo: Generar reconocimiento sobre las mochilas Wayúu como un producto cultural exclusivo.

Contenido: Anuncios visuales que muestran a las artesanas Wayúu tejiendo las mochilas, con un énfasis en la tradición cultural y la autenticidad.

Duración: 3 meses.

Canales: Publicidad en Instagram, Facebook, y Google Display Network.

Costo estimado: 3000 €.

Campaña de Festividades Culturales:

Objetivo: Promover las mochilas Wayúu como regalos únicos para las festividades navideñas o culturales en España.

Contenido: Enfoque en la exclusividad de las mochilas como regalos que cuentan una historia. Se incluirán imágenes y testimonios de compradores anteriores.

Duración: 1 mes, en diciembre.

Canales: Etsy, Amazon Handmade, Instagram .

Costo estimado: 1200 €.

### **- Plataformas Recomendadas**

Etsy: Ideal para productos artesanales, ya que permite mostrar el trasfondo cultural de las mochilas Wayúu. Costo: 0.20 USD por listado + 5% por cada transacción.

Amazon Handmade: Oportunidad para llegar a un público más amplio en España, que valora productos únicos y hechos a mano. Costo: 15% de comisión por venta.

### **- Ejemplos Concretos de Campañas**

Estrategia de Storytelling en Instagram:

Publicar historias diarias sobre el proceso artesanal de las mochilas Wayúu, mostrando a las artesanas tejiendo, con subtítulos que cuenten la historia detrás de cada mochila.

Costo: 200 € en contenido visual y diseño gráfico.

Campañas de Retargeting en Google :

Utilizar el retargeting para mostrar anuncios de mochilas Wayúu a usuarios que hayan visitado la tienda online o el perfil de Etsy sin realizar una compra.

Costo: 300 € mensuales.

Medición de Efectividad

KPIs: Número de clics, conversiones, tasa de clics (CTR), y retorno de la inversión publicitaria (ROAS).

Plazo: Evaluar el desempeño a los 3 meses de lanzamiento y ajustar el presupuesto según los resultados.

Este plan detallado, con un enfoque en la autenticidad cultural y el uso estratégico de plataformas digitales, permitirá maximizar la efectividad de la comercialización de las mochilas Wayúu en el mercado español.

**4.5.8 Determinación del precio de exportación.** De acuerdo con Proméxico (2010), para determinar el precio de exportación hay que analizar los desembolsos en el que hay que incurrir por efectos de realizar alguna actividad dentro del plan de exportación. Estos son el proceso de producción, la comercialización y otros gastos en los que se debe incurrir para efectos de que el proceso pueda salir adelante.

Hay costos fijos y variables. Los fijos son aquellos en los que se tienen que pagar independientemente de su uso o el tiempo en el que se utilicen, los variables son los que dependen de cuánto se usen y el tiempo. Así pues, el precio es el valor expresado en términos monetarios y que permite el intercambio de la mercancía con un comprador, en este concepto se incluyen los costos y gastos en los que el exportador incurrió para poder llevar el producto hasta el consumidor final, más la rentabilidad esperada por el exportador o comerciante.

La diferencia entre costo y precio es que este último es un elemento negociable y por lo tanto variable, de acuerdo con las condiciones que se establezcan entre vendedor y comprador. Este acuerdo se conoce con el nombre de Términos de Comercio Internacional, o INCOTERMS.

El precio se da una pugna de intereses porque el vendedor intenta elevar el precio lo más que pueda, mientras el comprador intentará lo opuesto hasta que encuentren un punto mínimo de acuerdo, es decir, un valor que vendedor y comprador asuman como válido en la medida de que ambos ganan. En relación con el precio que se establece para un producto de exportación, se deben tener en cuenta tres aspectos importantes:

- (a) Costos y gastos de la empresa.
- (b) Gastos asociados a la exportación.
- (c) Margen de beneficios.

Para la determinación del precio de venta el exportador tiene dos modelos a seguir: el *costing*: este sistema es el que determina el precio con base en los costos en los que incurre el exportador, es la más utilizada por los exportadores para elaborar cotizaciones internacionales en la medida que él conoce cuánto le cuesta entregar un producto bajo los términos FOB, CIF, DAP, FCA, etcétera.

La otra técnica para determinar el precio de exportación es el *piercing*, que consiste en la determinación de este con base en el mercado o la competencia. Mediante esta técnica el exportador averigua cual es el precio que el mercado tiene para el producto en el país receptor o, cual es el precio al que están vendiendo los competidores el mismo producto en el mismo lugar.

Los factores que influyen en la determinación del precio del producto son, entre otros, la demanda del producto, la participación esperada en el mercado, la posición de la competencia, la logística internacional, los beneficios o restricciones arancelarias y no arancelarias, la adecuación al producto y a su envase o embalaje, entre otros. La intención del exportador debe ser determinar cuál es el precio más conveniente para participar de forma dinámica pero también efectiva en el contexto de la competencia y los otros productos, en función de la calidad y características del suyo frente a los demás. Del análisis correcto que se haga de estas variables se determinará la fortaleza del negocio en el corto, mediano y largo plazo, pues el precio es un factor decisivo para participar con éxito en un mercado cualquiera.

Entre los costos que el exportador debe tener presente a la hora de fijar el precio de su producto son:

- (1) Costos de exportación directa e indirecta: materia prima, mano de obra, materiales, supervisión y otros gastos directamente relacionados con la fabricación del producto.
- (2) Costos de comercialización y distribución: materiales, personal, envase y embalaje, transporte, agente aduanal, maniobras.
- (3) Comisiones sobre la venta, intereses.
- (4) Inversiones para exportar: gastos de promoción, viajes, ferias, catálogos, envío de muestras, telecomunicaciones, etcétera. Hay que tener en cuenta que muchas de estas erogaciones no se recuperan en el primer pedido y deben ser amortizadas en el tiempo de cierre.
- (5) Otros costos, es decir aquellos en los que se incurren por efecto de trámites, documentaciones y seguros y fletes.

En este caso, el plan de exportación de mochilas Wayúu desde La Guajira hacia España, este ítem es muy fácil de calcular en la medida que las artesanías son hechas por los artesanos y entregadas al exportador ya terminadas y listas para ser puestas en el mercado y se establecen todos los costos adicionales al precio que se paga por la mochila, en un porcentaje sobre el costo total, como aparece en el estado de resultado proyectado.

Debe tenerse en cuenta que además de los costos de producción, la exportación lleva en sí mismo una serie de gastos que tienen relación directa con el INCOTERMS utilizados para cotizar. En primera instancia hay que definir con exactitud hasta dónde está el compromiso del exportador con su mercancía, si se la va a entregar en puerto o en frontera o en el local del comerciante, por ejemplo. Los costos más representativos en que incurre una empresa al exportar son en primer lugar los gastos en el país de origen, es decir, el embalaje, carga de almacén de salida, el envío al puerto, aeropuerto o zona de grupaje, los trámites en la aduana de exportación, en el puerto, aeropuerto, zona de grupaje o terminal de salida.

La versión de INCOTERM más adecuada a utilizar sería FOB (Free On Board - Libre a Bordo) donde el vendedor es responsable de entregar las mochilas a bordo del buque en el puerto de embarque en Colombia. Una vez cargadas, la responsabilidad y los riesgos se transfieren al comprador. Esto proporciona claridad en las responsabilidades, flexibilidad logística al comprador y transparencia en los costos.

Existen también otros costos como son los gastos internacionales: el transporte internacional, el seguro de transporte, los gastos en el país de destino aparte en el puerto, aeropuerto, zona de grupaje, terminal de llegada a punto, los trámites aduaneros, los derechos arancelarios y otros impuestos, el envío a la fábrica o almacén de destino, la descarga en la fábrica o almacén de destino. Estos costos, en el plan de exportación están a cargo del comprador, en la medida que en los INCOTERMS se deja constancia de que la mercancía se entrega FOB.

Por otro lado, hay otros costos asociados a la exportación y que deben considerarse: los honorarios, que es un porcentaje sobre el valor de la factura, los gastos complementarios (copia, fax, llamadas telefónicas, asesoría, etcétera), los derechos de trámite aduanero, maniobras, contratación de personal y equipo requerido para realizar alguna operación en la aduana o en el puerto tales como

carga y descarga, recuento de la mercancía, apertura y cerrado de los bultos, entre otros.

En síntesis, el exportador debe conocer por anticipado qué costos debe tener en cuenta al exportar un producto a cualquier país del mundo, se deben tener en cuenta (1) el costo de fabricación del producto, (2) los costos en los cuales incluirá el exportador para su trámite como son los costos de embalaje y despacho, costos de embarque o fletes, costo de transportes, costo del seguro, costo de nacionalización.

**4.5.9 El precio de las mochilas Wayúu.** Según Ipuana (2023), el precio de una mochila wayúu en España es de 35 euros, es decir aproximadamente \$160 000 COP. El precio de venta estimado para el producto es de \$160 000 COP al cambio en el mercado español, sin embargo, el precio con el que se enviará a España es de \$110 000 COP cada mochila.

Ipuana es una empresa dedicada a la comercialización de artesanías desde América hacia el mercado europeo, entre las que se encuentran las artesanías wayuu que compra en el departamento de La Guajira. La empresa introduce el producto en el mercado europeo a partir de su agencia en Barcelona. En el momento en que se elaboró el estado financiero del proyecto el precio de venta de las mochilas wayuu era de 35 euros, tal como se indicó en los costos del proyecto, sin embargo, en la actualidad los precios al año 2024 se han incrementado significativamente. Esto favorece la rentabilidad del negocio.

Para este año 2024 el precio de venta estimado en España para las mochilas Wayúu varía entre 60 y 100 euros, dependiendo del diseño y la calidad del tejido. Los costos de producción, incluyendo la mano de obra de las artesanas Wayúu, oscilan entre 20 y 30 euros por mochila, lo que deja un margen de ganancia significativo.

**4.5.10 Costos y tiempo para exportar una mercancía en Colombia.** La Revista Semana informa que el Banco de la República hace una estimación de los costos en comercio exterior en cuanto a los costos y tiempos en Colombia para cada eslabón de la cadena logística. El informe elaborado por un equipo económico del

Banco de la República calcula los costos desde la bodega del productor hasta el puerto colombiano donde se embarcaría la mercancía.

En cuanto al costo en el que deben incurrir los comerciantes exportadores colombianos indica que el costo promedio de exportar es el equivalente al 16.5 del valor FOB (libre a bordo), puerto de carga convenido. En el estudio se analizan los costos internos correspondientes al envío de mercancías de acuerdo con los INCOTERMS definidos.

Finalmente, el informe aclara que en promedio los exportadores necesitan 15 días para completar los procesos requeridos en el proceso de exportación independientemente de si el puerto de embarque es Buenaventura o Cartagena. Los tiempos estimados para los procedimientos que se requieren se determinan en la siguiente tabla.

Es importante aclarar que, en un informe de El colombiano hablando sobre un estudio de tiempos de despacho de mercancías que llevó a cabo la DIAN, en Colombia las operaciones de exportación vía marítima son de 6,1 días en promedio, sin embargo, para efectos del presente documento se toman los tiempos amplios en la medida que el receptor de las mercancías es un agente que forma parte del proyecto a nivel de socio y por lo tanto no se afectan las condiciones establecidas en los INCOTERMS.

Tabla 9. Costos generales asociados a la exportación

Ítem	Actividad	Costo promedio
I	<b>Transporte internacional</b>	<b>4,5</b>
II	<b>Costos internos</b>	<b>12,0</b>
	1. Autorizaciones previas	0,4
	2. Servicios en puertos	1,1
	a. Cargue/descargue, entrega de mercancías b. Almacenamiento portuario	0,8 0,3
	3. Inspecciones de otras entidades distintas a aduana	3,1
	4. Transporte	4,9
	a. Transporte interno de carga	4,3
	b. Costo de manejo y movilización del contenedor	0,6
	5. Otros servicios	2,5
	a. Agenciamiento	1,0
	b. Pagos informales	0,5
	c. Pérdidas de mercancías	0,0
	d. Seguros sobre el valor de las mercancías	0,6
	e. Costos adicionales	0,4
III	<b>Total costos a pagar</b>	<b>16,5</b>

Fuente : Semana 2021

En la siguiente tabla se presentan los procedimientos y tiempos requeridos por el exportador al momento de poner su mercancía a bordo del barco.

Tabla 10. Procedimientos y tiempos requeridos para exportar.

Ítem	Actividad	Tiempo en días
I	Permisos y autorizaciones previas	5
II	Logísticos	9
	Entrega de mercancías en puerto	1
	Tiempo de reserva de buque	3
	Descargue en puerto	2
III	Inspecciones	3
	Inspecciones DIAN	2
	Otras inspecciones: ICA, INVIMA; Antinarcoáticos	1
IV	Transporte interno entre:	3

Fuente: Semana (2021)

**4.5.10 Logística del plan de exportación.** La Cámara de Comercio de Bogotá (2021) define la logística como aquella actividad orientada a tener un producto en determinado tiempo, en un lugar concreto y correcto y en las cantidades exactas, al menor costo posible para el agente, en este caso el exportador. En la actualidad la logística forma parte de una cadena de suministro encargada de planificar implementar y controlar eficientemente el flujo de materiales, productos terminados, de la misma manera el flujo de información relacionado con el proceso exportador, desde el punto de origen hasta el punto de destino cumpliendo con las necesidades y expectativas de los clientes bajo los mínimos costos operativos posibles.

En este sentido, una cadena logística es el proceso continuo de flujo de materiales entre proveedores y clientes. La logística es un factor clave para la eficiencia y efectividad de las empresas exportadoras o importadoras, teniendo en cuenta que la eficiencia consiste en lograr que el producto permanezca al menor tiempo posible en cada una de las etapas de la cadena logística, que se incurra en los menores costos posibles y que se llegue al mercado con la mayor rapidez.

Por otro lado, la efectividad se relaciona con el uso adecuado de los recursos de la empresa para lograr unos mayores ingresos. El manejo del tiempo es de suma importancia en la cadena de servicios ofrecida por el exportador, no solo porque algunos productos tienen una vida corta, sino porque en muchos casos implica mayores costos, como cuando hay que mantener una línea de frío en los productos exportables. De todas maneras, independientemente de que el negocio se mueva en renglones donde los costos del transporte no incluyen costos adicionales como los explicados anteriormente, en el caso de las artesanías, por ejemplo, siempre es importante usar el menor tiempo posible para generar un valor agregado al proceso.

Por su parte INSEROCA INTERNACIONAL, hablando de la Distribución Física Internacional (DFI) afirma que es el proceso que consiste en colocar un producto en otro país cumpliendo con los términos negociados, es decir, los INCOTERMS. Implica una coordinación estricta desde el momento mismo de iniciar la operación hasta que culmina con la recepción del producto en el país importador.

El objetivo del DFI es reducir los tiempos y costos y el riesgo que puedan generarse durante el trayecto desde el punto de salida hasta el punto de entrega o destino. Los actores de la Distribución Física Internacional son el exportador, el importador, el consignante y el consignatario, teniendo en cuenta que el exportador es el dueño de la mercancía, el importador es a quién se le vende, es decir el comprador.

Por otro lado, él se relaciona con el medio que de transporte que se utilizará para enviar la mercancía, según la destinación aduanera, según la gestión de la carga y/o descarga y según el almacenamiento de la mercancía. Hay que tener en cuenta que en el transporte marítimo pueden presentarse daños relacionados con la estiba y desestiba, por la compresión de las eslingas, por el movimiento del buque, por las roturas, humedad, calor, cambios de la temperatura en las bodegas, entre otros.

En relación con el transporte aéreo también pueden presentarse daños relacionados con el descolaje y aterrizaje de la aeronave, la mala estiba y o desestiba, vibraciones durante el vuelo como turbulencias, los cambios en la temperatura en las bodegas de almacenamiento, entre otros.

**4.5.11 Tipo de la carga.** Cabrera Oñate afirma que las mochilas wayuu constituyen una carga general unitarizada que no requiere de condiciones especiales para su manipulación, cuando nos referimos al tránsito internacional, este producto irá empacado en bolsas de polietileno con cierre Zip, embaladas en cajas de cartón y estibada en pallets de madera.

**Tabla 11 . Mochila Wayuu Tradicional**

<b>MOCHILA WAYUU TRADICIONAL</b>	
Partida Arancelaria	6305.90.90.00
Ancho	30 cm
Largo	37,5 cm
Alto	3 cm
Peso	550 gr
Color	Variados
Material	Hilo Crochet
Precio	50 Euros


Fuente. Elaboración propia (2024)

**4.5.11 Empaque, embalaje y unitarización.**

En el proceso de exportación de las mochilas Wayúu hacia España, es fundamental garantizar la protección adecuada de los productos durante su transporte y almacenamiento. Para ello, se seleccionan diferentes tipos de embalaje y técnicas de unitarización que aseguren la integridad de las mochilas, manteniendo su calidad artesanal y minimizando los riesgos de daño. Asimismo, es esencial elegir los contenedores adecuados para optimizar el espacio y reducir los costos de transporte, asegurando al mismo tiempo que se cumplan con los estándares internacionales de logística y seguridad. A continuación, se detallan los tipos de embalaje, unitarización y contenedores que se utilizarán en el proyecto

Tabla 12. Tipos de embalaje, unitarización y contenedores a utilizar en el proyecto.

Tipo	Medidas	Material	Unidades
<p><b>EMPAQUE: BOLSA CON CIERRE ZIP REUTILIZABLE</b></p> 	<p>Largo -39.5 Cm Ancho - 32 Cm</p>	<p>Polietileno o polipropileno de baja densidad (LDPE)</p>	<p>1 Mochila por empaque 11.340 mochilas por contenedor</p>
<p><b>EMBALAJE: CAJAS DE CARTÓN</b></p> 	<p>Largo - 40 Cm Ancho - 33 Cm Alto - 60 Cm</p>	<p>Cartón corrugado de 3 capas</p>	<p>20 Mochilas en cada caja. 567 cajas en el Contenedor</p>

Tipo	Medidas	Material	Unidades
<p><b>UNITARIZACIÓN: PALLET AMERICANA</b></p> 	<p>120 x 100 x 15 Cm Peso soportado: 1200 kg</p>	<p>Madera</p>	<p>27 Cajas por pallet 21 pallet por Contenedor</p>

<p><b>CONTENEDOR: DRY VAN 40''</b></p> 	<p>Largo - 12,192 m Ancho - 2,438 m Alto - 2,591 m</p>	<p>Acero o aluminio y madera o Bambú</p>	<p>11.340 Mochilas en 21 pallets</p>
--	--	--	--------------------------------------

Fuente: elaboración Propia (2024)

#### 4.5.12 Análisis financiero.

El plan de exportación de mochilas Wayúu hacia España requiere un análisis financiero exhaustivo que considere todos los costos directos e indirectos asociados con la operación, así como una proyección de ingresos y egresos para los primeros tres años. Este análisis permitirá evaluar la viabilidad económica del proyecto y su rentabilidad.

##### **-Desglose de Costos Directos e Indirectos**

El proceso de exportación conlleva una serie de costos que deben ser evaluados cuidadosamente:

**Costos de transporte:** El costo estimado del transporte marítimo entre Colombia y España varía dependiendo del tamaño del envío y la frecuencia. Se estima que el costo por envío de 500 mochilas oscilaría entre €2,000 y €3,000.

**Costos de almacenamiento:** Las mochilas requerirán almacenamiento tanto en Colombia como en España antes de ser distribuidas. Este costo se estima en €1,000 por envío.

**Costos arancelarios y aduaneros:** Los aranceles para productos artesanales como las mochilas Wayúu en la Unión Europea están sujetos a una tarifa del 3%, según la regulación vigente (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021).

**Costos de seguros:** Para asegurar la mercancía en tránsito, se contratarán seguros que cubran posibles daños o pérdidas, con un costo estimado de €500 por envío.

Costos de marketing y promoción: La estrategia de marketing para posicionar las mochilas en el mercado español incluye campañas en plataformas digitales como Etsy y Amazon Handmade, con un presupuesto anual de €5,000.

Costos legales y administrativos: Se consideran los costos relacionados con los permisos y licencias necesarios para cumplir con las normativas de exportación e importación en ambos países, con un valor estimado de €2,000.

**Tabla 13. Análisis Financiero**

Concepto	2025 (Año 1)	2026 (Año 2)	2027 (Año 3)
Ventas proyectadas	1,000 mochilas	1,500 mochilas	2,000 mochilas
Ingresos por ventas	€50,000	€75,000	€100,000
<b>Costos Directos</b>	<b>€30,000</b>	<b>€45,000</b>	<b>€60,000</b>
- Producción artesanal	€15,000	€22,500	€30,000
- Transporte marítimo	€2,500	€3,000	€3,500
- Almacenamiento	€1,000	€1,200	€1,500
- Aranceles y aduanas (3%)	€1,500	€2,250	€3,000
- Seguros	€500	€600	€750
- Empaque	€2,000	€3,000	€4,000
- Costos legales/admin.	€2,000	€2,500	€3,000
- Otros costos directos	€5,500	€9,000	€14,250
<b>Costos Indirectos</b>	<b>€10,000</b>	<b>€12,000</b>	<b>€14,000</b>
- Marketing digital	€5,000	€6,000	€7,000
- Promociones	€3,000	€4,000	€5,000
- Seguros adicionales	€1,000	€1,000	€1,000
- Costos administrativos	€1,000	€1,000	€1,000
<b>Total Costos</b>	<b>€40,000</b>	<b>€57,000</b>	<b>€74,000</b>
<b>Ganancia Neta</b>	<b>€10,000</b>	<b>€18,000</b>	<b>€26,000</b>
ROI	50%	90%	130%
Margen de Ganancia	20%	24%	26%

Fuente. Elaboración Propia Cabrera Oñate (2024)

**Ventas Proyectadas:** Basado en una producción y venta de 1,000 mochilas en el primer año, 1,500 en el segundo, y 2,000 en el tercero.

Ingresos por Ventas: Calculado con un precio de venta de €50 por mochila.

**Costos Directos:** Desglosados en costos de producción, transporte, almacenamiento, aranceles y aduanas, seguros, empaque, y otros costos logísticos.

**Costos Indirectos:** Incluyen marketing digital, promociones, seguros adicionales, y costos administrativos.

**Ganancia Neta:** Diferencia entre ingresos por ventas y costos totales.

ROI (Retorno sobre la Inversión): Mide el porcentaje de ganancia con relación a la inversión inicial en cada año.

**Margen de Ganancia:** Porcentaje de ganancias netas sobre el total de ingresos.

### - Flujo de Caja Proyectado

Flujo de caja proyectado para los primeros tres años de operación:

**Tabla 14. Estado de Resultados proyectados**

Año	Ventas Proyectadas	Ingresos	Costos Directos	Costos Indirectos	Ganancia Neta
2025	1,000 mochilas	€50,000	€30,000	€10,000	€10,000
2026	1,500 mochilas	€75,000	€45,000	€12,000	€18,000
2027	2,000 mochilas	€100,000	€60,000	€14,000	€26,000

Fuente: Elaboración propia. Cabrera Oñate 2024

Este flujo de caja proyecta un aumento en las ventas conforme el producto gane popularidad en el mercado español, lo que resultará en una mayor rentabilidad.

### - Métricas de Rentabilidad

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, se han calculado métricas clave como el Retorno sobre la Inversión (ROI) y el margen de ganancia:

Retorno sobre la Inversión (ROI): Con una inversión inicial de €20,000 y una ganancia neta proyectada de €26,000 en tres años, el ROI estimado es del 130%, lo que indica una alta rentabilidad.

$$\text{ROI} = \frac{26,000}{20,000} \times 100 = 130\%$$

Margen de ganancia: En el tercer año, con ingresos de €100,000 y costos totales de €74,000, el margen de ganancia se estima en 26%.

$$\text{Margen de ganancia} = \frac{26,000}{100,000} \times 100 = 26\%$$

### - Análisis de Riesgos y Estrategias de Mitigación

Aunque el proyecto presenta una alta rentabilidad, existen riesgos potenciales que deben ser mitigados:

**Fluctuaciones del tipo de cambio:** La volatilidad en la tasa de cambio entre el euro y el peso colombiano podría impactar los costos de exportación. Se recomienda utilizar seguros de cambio para mitigar este riesgo.

**Competencia en el mercado:** La entrada de asociaciones de artesanos y otros competidores podría limitar la penetración en el mercado. La estrategia recomendada es establecer alianzas estratégicas con plataformas de comercio electrónico como Amazon Handmade y Etsy para fortalecer la visibilidad del producto.

**Barreras logísticas:** Los retrasos en el transporte y los altos costos logísticos pueden afectar la distribución. Se sugiere consolidar los envíos y negociar contratos a largo plazo con proveedores de transporte para minimizar estos riesgos.

Con este análisis financiero, se concluye que la exportación de mochilas Wayúu es financieramente viable y que, con las estrategias adecuadas, puede generar un impacto positivo en la comunidad Wayúu.

#### 4.5.13 Requisitos legales y logísticos.

**4.5.13.1 Términos de negociación internacional los incoterms.** Los Términos de negociación internacional o INCOTERMS definen las obligaciones, riesgos y costos entre las partes, es decir entre el exportador y el importador. Cámara Internacional de Comercio. (2020). Es importante clarificar los conceptos referentes a los INCOTERMS que de acuerdo con la actualización 2020, estos se clasifican en dos grandes grupos:

- a. Reglas para cualquier modo de transporte.
- b. Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores.

**Tabla 15. Tipos de Incoterms 2020**

Reglas para cualquier modo de transporte		
SIGLA	ESPAÑOL	INGLÉS
EXW	En fábrica.	Ex Works.
FCA	Franco porteador.	Free carrier.
CPT	Transporte pagado hasta.	Carriage paid to.
CIP	Transporte y seguro pagados hasta.	Carriage and insurance paid to.
DAP	Entregar en lugar.	Delivery at place.
DPU	Entregada en lugar.	Delivery at place unloaded.
DDP	Entregada derechos pagados.	Delivery duty paid.
Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores		
SIGLA	ESPAÑOL	INGLÉS
FAS	Franco al costado del buque.	Free alongside ship.
FOB	Franco a borde.	Free on board.

CFR	Costo y flete.	Cost and Freight.
CIF	Costo, seguro y flete.	Cost, insurance and Freight.

Fuente. Cámara internacional de Comercio. Incoterms 2020

Córdoba (2002) afirma que para llevar a cabo un proceso de exportación es de suma importancia conocer los INCOTERMS, es decir, los Términos del Comercio Internacional, o sea, las condiciones establecidas entre el exportador y el importador en el momento de llevar a cabo la negociación. Dentro del comercio internacional existe una serie de términos que deben ser conocidos previamente por el exportador porque de él van a depender los costos en los que incurra. Los términos son los siguientes:

**EXW (Ex Works):** El vendedor entrega la mercancía en sus instalaciones, y el comprador asume todos los costos y riesgos desde ese punto en adelante.

**FCA (Free Carrier):** El vendedor entrega la mercancía al transportista designado por el comprador en un lugar acordado, cubriendo los costos hasta ese punto.

**CPT (Carriage Paid To):** El vendedor paga el transporte hasta el destino acordado, pero el riesgo se transfiere al comprador una vez entregada la mercancía al transportista.

**CIP (Carriage and Insurance Paid To):** Similar a CPT, pero el vendedor también debe contratar un seguro para la mercancía hasta el destino.

**DAP (Delivered at Place):** El vendedor asume los costos y riesgos hasta que la mercancía se entregue en el lugar acordado, sin descargarla.

**DPU (Delivered at Place Unloaded):** El vendedor cubre todos los costos y riesgos hasta que la mercancía se entregue y descargue en el lugar acordado.

**DDP (Delivered Duty Paid):** El vendedor asume todos los costos, riesgos e impuestos de importación hasta que la mercancía se entregue en el destino.

**FAS (Free Alongside Ship):** El vendedor entrega la mercancía al costado del buque en el puerto de embarque, y el comprador asume el riesgo desde ese punto.

**FOB (Free On Board):** El vendedor cubre los costos y riesgos hasta que la mercancía se carga en el buque en el puerto de embarque.

**CFR (Cost and Freight):** El vendedor paga el transporte hasta el puerto de destino, pero el riesgo se transfiere al comprador una vez cargada la mercancía en el buque.

**CIF (Cost, Insurance, and Freight):** Similar a CFR, pero el vendedor también debe contratar un seguro hasta el puerto de destino.

#### **4.5.14 Ruta de DFI (Distribución Física Internacional)**

**4.5.14.1 Análisis de carga a transportar.** Realizando un análisis detallado de las mochilas Wayuu a transportar, considerando su peso, dimensiones, fragilidad, etc., el tipo de carga a utilizar sería el general.

**4.5.14.2 Preparación de empaque y embalaje.** Las mochilas deben ser empaquetadas y embaladas de manera adecuada para protegerlas durante el transporte marítimo. Se utilizará material de embalaje como bolsas con cierre zip, cajas de cartón resistente, unitarización pallet americana, contenedor dry van 40” para amortiguar y proteger las mochilas contra daños.

**4.5.14.3 Selección del modo de transporte.** Para el transporte de las mochilas desde Colombia a España, el modo de transporte más adecuado sería el transporte marítimo. Este modo de transporte es eficiente para grandes volúmenes de carga y ofrece una opción económica y segura para el transporte de mercancías a largas distancias.

**4.5.14.4 Costos.** Los costos asociados con el transporte marítimo incluirán el flete marítimo, los cargos portuarios, los costos de embalaje y manipulación, los seguros de carga y cualquier otro costo relacionado con el transporte y la distribución de las mochilas.

**4.5.14.5 Documentación.** Se requerirá una variedad de documentos aduaneros y comerciales para el transporte marítimo de las mochilas, requeridos por las autoridades portuarias y aduaneras tanto en Colombia como en España. Es de aclarar que uno de los documentos esenciales que exige el proceso de exportación es el SAE.

- **Factura Comercial:** Documento que detalla la transacción comercial entre el vendedor y el comprador, incluyendo la descripción de las mochilas, su cantidad, precios unitarios y totales, términos de entrega y condiciones de pago.
- **SAE Solicitud de autorización de Embarque:** Es el acto mediante el cual la autoridad aduanera permite la salida de las mercancías que han sido sometidas al régimen de exportación. Fuente: Artículo 3 del Decreto 1165 de 2019
- **Certificado de Origen:** Documento que certifica el país de origen de las mochilas. Puede ser necesario para fines de aranceles preferenciales o acuerdos comerciales entre los dos países.
- **Packing List (Lista de Empaque):** Detalle completo de las mochilas incluidas en el envío, incluyendo información sobre el peso, dimensiones y contenido de cada paquete.
- **Certificado de Seguro de Carga:** Documento que certifica que las mochilas están aseguradas durante el transporte marítimo. Puede ser requerido por las autoridades aduaneras o por el comprador como parte de los requisitos contractuales.
- **Declaración Aduanera de Exportación:** Documento oficial presentado ante las autoridades aduaneras de Colombia para declarar la exportación de las mochilas y proporcionar detalles sobre la carga, el valor, el origen y el destino de la misma.
- **Mandato aduanero:** Se otorga para realizar las actividades propias del agenciamiento aduanero como son: (i) trámites aduaneros necesarios para el cumplimiento de un régimen aduanero o modalidad (ii) o actividades conexas con los mismos (definición del mandato aduanero del artículo 3 del Decreto 1165 de 2019)

#### **4.5.15 Caracterización del mercado potencial**

**4.5.15.1 Análisis DOFA.** En relación con el mercado, competencia y compradores. Debe definirse, además, visión, misión, objetivos y valores institucionales sobre los cuales se posicionará la marca de la empresa y las estrategias para alcanzar los objetivos planteados.

**Tabla 16. Matriz DOFA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>DOFA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La gran variedad de las mochilas Wayúu.</li> <li>2. La recepción que tienen las artesanías colombianas en España, especialmente las que son hechas a mano.</li> <li>3. El número de proveedores hace que el producto se pueda encontrar en cualquier parte y en cualquier época del año.</li> <li>4. Los precios de las artesanías dejan un amplio margen de utilidades.</li> <li>5. El tener un agente en España que establezca un contacto personal con los clientes potenciales y reales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La poca experiencia que tienen los gestores del plan de negocios en el proceso de exportación.</li> </ol>
	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Capacitación y alianzas para el fortalecimiento del proceso de exportación</li> <li>2.Uso del agente en España para mejorar la experiencia en exportación</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Formación en exportación para enfrentar la saturación del mercado</li> <li>2. Fortalecimiento de la cadena de suministro para mejorar la competitividad</li> </ol>
	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Expansión del mercado con promociones dirigidas a segmentos específicos</li> <li>2. Maximización del uso del agente en España para asegurar la presencia en el mercado</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diversificación de canales de distribución y promoción de exclusividad</li> <li>2. Maximización del margen de utilidades para soportar fluctuaciones del mercado</li> </ol>

Análisis Externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar el portafolio de mercado en el mediano plazo en la medida que hay mucha variedad de artesanías wayuu que se pueden comercializar.</li> <li>2. Incursionar en los mercados de los países de la Unión Europea (UE): Alemania, Bélgica, Croacia, Dinamarca, España, Francia, Irlanda, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Suecia, Bulgaria, Eslovaquia, Estonia, Grecia, Malta, Polonia, República Checa, Austria, Chipre, Eslovenia, Finlandia, Hungría, Italia, Lituania, Portugal y Rumanía.</li> <li>3. Diversificación geográfica con apoyo en los acuerdos comerciales.</li> <li>4. Facilidad de comercio entre Colombia y España.</li> <li>5. Poca oferta en España sobre el producto.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La incursión de asociaciones de artesanos en el mercado ya que estos tienen menos trabas para exportar y los compradores en Europa prefieren a las asociaciones que a los exportadores individuales, en la medida que las ONG tienen mucha recepción en los mercados internacionales.</li> <li>2. Fortalecimiento de alianzas estratégicas con ONG y asociaciones en la UE</li> <li>3. Diferenciación a través de la autenticidad y calidad del producto</li> </ol>

Fuente: elaboración propia (2024)

**4.5.15.2 Estudio de mercado.** El análisis que se hace entre la capacidad del mercado tiene en cuenta cuatro aspectos: Producto, precio, clientes potenciales y competencia, a partir de un nicho de mercado conformado por mujeres desde los 15 años hasta los sesenta que usan artesanías en su accesorio personal.

En cuanto a la demanda del producto, precio y características requeridas por el producto. Al mismo tiempo se da cuenta de quiénes son los oferentes, sus características, dónde están y qué productos ofrecen, para determinar una estrategia comercial que le permita a la empresa poder introducirse en el nicho del mercado seleccionado y competir con por obtener una parte de ese mercado y garantizar así su permanencia en el tiempo.

## CONCLUSIONES

Se diseñó un plan de exportación para las mochilas Wayúu desde La Guajira colombiana hacia España, con el objetivo de aprovechar el creciente interés por productos artesanales en mercados internacionales. A lo largo del análisis, se abordaron diferentes aspectos claves relacionados con la capacidad productiva de la comunidad Wayúu, los requisitos legales y logísticos para la exportación, el potencial del mercado español y las estrategias de comercialización y distribución más adecuadas para introducir este producto en dicho mercado. A continuación, se presentan las conclusiones derivadas de cada uno de los objetivos específicos.

En primer lugar, respecto al análisis del contexto socioeconómico de la comunidad Wayúu, se concluye que, aunque su capacidad productiva es limitada debido a la naturaleza artesanal de la producción, esta característica aporta exclusividad y calidad a las mochilas Wayúu, lo cual resulta atractivo en mercados internacionales. Sin embargo, se identificó la necesidad de fortalecer esta capacidad a través de programas de capacitación que permitan optimizar los procesos sin perder el valor artesanal del producto.

En relación con los requisitos legales y logísticos para la exportación, se evidenció que los artesanos Wayúu enfrentan barreras significativas debido a la falta de experiencia en los procesos de exportación. A pesar de ello, se propone que la utilización de un agente comercial en España puede ser una solución efectiva para superar estos obstáculos, facilitando el acceso al mercado europeo y optimizando los aspectos legales y logísticos.

Por otro lado, el análisis del mercado español reveló que existe un nicho prometedor para las mochilas Wayúu, particularmente entre consumidores de clase media-alta que valoran la autenticidad y la exclusividad de los productos artesanales. Este mercado presenta un gran potencial para la comercialización de productos como las mochilas Wayúu, lo que refuerza la viabilidad de implementar el plan de exportación.

Finalmente, en cuanto a las estrategias de comercialización y distribución, se concluye que una combinación de canales online y offline, junto con la presencia de un agente comercial en el mercado destino, permitirá una mayor penetración y consolidación del producto en el mercado español. Esto asegurará no solo una mayor visibilidad del producto, sino también una relación de confianza con los consumidores, lo que se traducirá en una mayor rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

En conclusión, el plan de exportación propuesto no solo es viable, sino que ofrece una oportunidad significativa para el desarrollo económico de la comunidad Wayúu, al mismo tiempo que preserva y promueve su patrimonio cultural. La implementación de este plan permitirá a los artesanos Wayúu acceder a un mercado internacional, mejorando sus condiciones de vida y garantizando la sostenibilidad de sus prácticas artesanales.

## RECOMENDACIONES

**Capacitación y desarrollo de habilidades:** Para mejorar la capacidad productiva y garantizar que las artesanas Wayúu puedan satisfacer la demanda creciente sin comprometer la calidad de sus productos, se recomienda implementar programas de capacitación técnica. Estos programas no solo deben enfocarse en optimizar los procesos de producción, sino también en elevar los estándares de calidad. A su vez, es crucial que las capacitaciones incluyan módulos sobre gestión empresarial y estrategias de exportación para empoderar a las artesanas y prepararlas para competir en mercados internacionales. Con esta preparación, se podría asegurar que la comunidad Wayúu esté mejor equipada para manejar una mayor demanda y mantener su posición en mercados extranjeros.

**Expansión a otros mercados europeos:** En línea con las oportunidades detectadas en el análisis de mercado, es recomendable expandir las exportaciones a otros países europeos, como Francia y Alemania, que han mostrado un interés significativo en productos culturales y artesanales. Esta expansión permitiría diversificar los ingresos de las comunidades Wayúu, garantizando que no dependan exclusivamente del mercado español. Para lograr esto, sería necesario adaptar la oferta de mochilas Wayúu a los gustos y preferencias de estos nuevos mercados, mientras se mantienen los valores culturales y la autenticidad que distinguen a estos productos.

**Alianzas con plataformas de comercio electrónico:** Se propone establecer alianzas estratégicas con plataformas especializadas en la venta de productos artesanales, como Etsy y Amazon Handmade. Estas plataformas pueden ofrecer un canal directo de venta a consumidores que buscan productos auténticos, éticos y hechos a mano, aumentando significativamente la visibilidad de las mochilas Wayúu en mercados globales. Además, es recomendable capacitar a las artesanas o a los gestores del plan de exportación en la gestión de ventas en línea, para garantizar que los productos puedan ser presentados de manera profesional y competitiva en estos canales.

**Investigación de preferencias de los consumidores:** Para adaptar las mochilas Wayúu a las demandas específicas del mercado europeo sin comprometer su valor cultural, es necesario llevar a cabo estudios de mercado detallados. Estos estudios deberían centrarse en identificar las preferencias de los consumidores en cuanto a diseño, colores, estilos y posibles aplicaciones del producto. Comprender estas preferencias ayudaría a las artesanas a ajustar su producción para satisfacer mejor las expectativas de los clientes internacionales, garantizando así una mayor competitividad en el mercado.

**Impacto socioeconómico en las comunidades Wayúu:** Un aspecto clave que no debe ser pasado por alto es el impacto socioeconómico positivo que la exportación de mochilas Wayúu puede generar en las comunidades artesanas de La Guajira. Es crucial realizar un análisis exhaustivo que considere la creación de empleo, el fortalecimiento de las habilidades de las artesanas, y la preservación de las técnicas de tejido tradicionales. Además, se deben analizar los efectos en el desarrollo local y el empoderamiento económico de las mujeres Wayúu, quienes son las principales responsables de la producción artesanal. Este enfoque no solo beneficiaría económicamente a las familias involucradas, sino que también contribuiría a la sostenibilidad cultural a largo plazo.

**Desarrollo de estrategias de marketing digital:** Para maximizar el alcance del proyecto de exportación, es recomendable complementar la estrategia de contacto personal con un enfoque de marketing digital. Las redes sociales, junto con campañas de publicidad digital específicas para mercados europeos, pueden ayudar a posicionar las mochilas Wayúu como productos exclusivos y culturalmente valiosos. Este enfoque no solo incrementaría la visibilidad de los productos, sino que también podría atraer a un público más amplio, interesado en apoyar productos éticos y sostenibles. Las estrategias digitales permitirían llegar a consumidores que valoran tanto la autenticidad del producto como su impacto social y cultural.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. Episteme.

Artesanías de Colombia S.A..Organizaciones de artesanos. Recuperado el 19 de mayo de 2023, de [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/la-guajira\\_4361](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-guajira_4361)

Artesanías de Colombia ¿Cómo exportar artesanías? ¡Nuestra guía de exportación se lo cuenta! Recuperado el 15 de mayo de 2023, de [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_tienda/como-exportar-artesanias-nuestra-guia-de-exportacion-se-lo-cuenta\\_9832](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/como-exportar-artesanias-nuestra-guia-de-exportacion-se-lo-cuenta_9832)

Artesanías de Colombia.La mochila Wayúu, parte de la tradición de Colombia. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_noticias/la-mochila-wayu-parte-de-la-tradicion-de-colombia\\_5070](http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/la-mochila-wayu-parte-de-la-tradicion-de-colombia_5070)

Artesanías de Colombia. Programa que promueve el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de las comunidades indígenas y NARP. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_proyectos/tnicos\\_13225](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/tnicos_13225)

Artesanías de Colombia. (2022). Informe de capacidades productivas de comunidades Wayúu. Bogotá, Colombia: Editorial Artesanías de Colombia.

Blanck, P. F. (2016). La compraventa internacional. Revista de Actualidad Mercantil, 4, 151-175.

Barrera, A. La historia que dio origen a la mochila wayúu. *Revista Semana*. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de

<https://www.semana.com/web/articulo/la-historia-que-dio-origen-a-la-mochila-wayuu/1855/>

Barrón, E. (2011). *Guía para Exportar Artesanías*. Argentina: Autoridades del Consejo Federal de Inversiones. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/guia\\_artesanias.pdf](http://biblioteca.cfi.org.ar/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/guia_artesanias.pdf)

Bonilla, J., & Duque, A. (2020). Estudio sobre opciones de financiación para las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Medellín. Universidad de Medellín.

Bello Bernal, C. V., Forero Millán, P. A., Gómez Tobón, Y. T., Rodríguez Rodríguez, C. C., & Yazo Forero, G. D. (2020). Estrategias de optimización de los tiempos de entrega en la comercialización de mochilas fabricadas por los artesanos wayuu al mercado de Francia.

Cámara de Comercio de Bogotá. ¿Qué son las sociedades por acciones simplificadas? Recuperado el 15 de mayo de 2023, de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/1bcbf80e-7a16-465d-b431-a11adb97b041>

Cámara de Comercio de Bogotá. Guía práctica: costeo de una exportación e importación. Recuperado el 15 de mayo de 2023, de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/339c24e8-c258-44d0-8280-a9f0bb6833e7>

Cámara de Comercio de Bogotá. Logística y Distribución Física Internacional: clave en las operaciones de comercio exterior. Recuperado el 19 de mayo de 2023, de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/82127931-dacd-46b2-919c-895b4636f69b>

Calderón, A., & Álvarez, C. (2017). *Manual de exportación para pymes*. Editorial Pearson.

Campos, M., & Blanco, J. (2017). *Exportación de productos artesanales en mercados globales*. Editorial McGraw-Hill.

Ceballos, A. ¿Qué es comercio internacional? *Comercio y Aduana*. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterior/aduanas/que-es-comercio-internacional/>

- Cenni, S., & Parisi, G. (2020). *Derecho y empresa: Guía legal para emprendedores*. Editorial Jurídica.
- Chicaiza Rodríguez, C. F. (2020). *Plan de negocios para la elaboración y comercialización de mochila impermeable con hilo de botella plástica reciclable, en la ciudad de Pelileo, provincia de Tungurahua*. Ecuador: Universidad Tecnológica Indoamérica. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1792/1/CHICAIZA%20RODRIGUEZ%20CARLOS%20FABIAN.pdf>
- Coria, J. (2017). *Gestión de operaciones y logística*. Editorial Académica Española.
- Córdoba, A. ¿Conoces los términos FOB, CIF, CIP, DAF, DES, Etc.? *Canales sectoriales interempresas*. Recuperado el 19 de mayo de 2023, de <https://www.interempresas.net/Horticola/Articulos/68029-Conoces-los-terminos-FOB-CIF-CIP-DAF-DES-etc.html>
- Cotes, J. (2021). *Estrategias de marketing para la exportación de las artesanías wayuu, en el Distrito Especial, Turístico y Cultural de Riohacha, La Guajira* (Doctoral dissertation, Universidad de La Guajira).
- Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2004). *International Marketing* (7th ed.). South-Western College Publishing .
- Daros, W. R. (2002). ¿Qué es un marco teórico? *Enfoques*, XIV(1), 73-112. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/259/25914108.pdf>
- DIAN. Código CIU 1391 Actividades Económicas DIAN. *Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales*. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de <https://dian-rut.com/codigo-ciu/1391/>
- El Colombiano. (2024, abril 4). Tiempos, costos y aduanas, ¿cómo lograr que en Colombia exportar no sea un dolor de cabeza? Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/negocios/tramites-costos-logisticos-y-transporte-por-que-es-dificil-exportar-en-colombia-FO23878386>
- Fernández Rozas, J. C. (2000). El Derecho del comercio internacional en el contorno de la globalización. *Escriva. Revista del Colegio de Notarios del Estado de México*, 5, 161-230. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [https://www.researchgate.net/publication/39160334\\_El\\_Derecho\\_del\\_comercio\\_internacional\\_en\\_el\\_contorno\\_de\\_la\\_globalizacion](https://www.researchgate.net/publication/39160334_El_Derecho_del_comercio_internacional_en_el_contorno_de_la_globalizacion)

- García Villanueva, J. (2006). *Tipos de investigación en educación y ciencias del comportamiento*. México: Mecanuscrito. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [http://200.23.113.51/pdf/xplora/tipos\\_de\\_investigacionISAACyMICHAEL.pdf](http://200.23.113.51/pdf/xplora/tipos_de_investigacionISAACyMICHAEL.pdf)
- García, A. (2018). *Estrategias de marketing para productos culturales*. Universidad Complutense de Madrid.
- García, A. M. (2019). *Eficiencia y productividad en la empresa moderna*. Alfaomega.
- Gaytán Cortés, J. (2020). *El plan de negocios y la rentabilidad*. Mercados y Negocios, 21(42), 143-156. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- Gómez, L. A. (2018). *Estrategias de internacionalización para artesanías Wayúu*. Editorial Económica.
- Bello Bernal, C. V., Forero Millán, P. A., Gómez Tobón, Y. T., Rodríguez Rodríguez, C. C., & Yazo Forero, G. D. (2020). *Estrategias de optimización de los tiempos de entrega en la comercialización de mochilas fabricadas por los artesanos wayuu al mercado de Francia*. [Proyecto de Grado, Politécnico Grancolombiano]. Repositorio. <https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/2925>
- González, M. (2019). *Guía práctica de comercio exterior*. Ediciones Pirámide.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill.
- Hurtado Cosío, J. M. (2020). *Los proyectos y los planes de negocios*. Editorial Académica Española.
- INE. (2022). *Indicadores socioeconómicos de las comunidades indígenas en España*. Instituto Nacional de Estadística.
- Inseroca Internacional. *Conoce qué es la distribución física internacional*. Recuperado el 19 de mayo de 2023, de <https://inseroca.com/conoce-que-es-la-distribucion-fisica-internacional/>
- Ipuana. (2023). *Precio de una mochila Wayuu en España*. Recuperado de <https://www.ipuanabarcelona.com/es/13-wayuu>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.a ed.). Pearson Educación.

- Lambin, J. J. (2017). *Marketing estratégico y operativo: Un enfoque europeo*. McGraw-Hill.
- Lambert, D. M. (2008). *Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance* (3rd ed.). Supply Chain Management Institute.
- Llamazares, O. (2014). ¿Qué es un plan de exportación? *Global Negotiator*. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de <https://www.globalnegotiator.com/blog/wp-content/uploads/2014/06/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Martínez Godínez, V. L. Paradigmas de investigación. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7\\_Paradigmas\\_de\\_investigacion\\_2013.pdf](https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf)
- Martínez, J. (2016). *Análisis socioeconómico y empresarial*. Editorial Reverté.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (n.d.). España y Colombia celebran la primera Comisión Mixta para promover la colaboración económica y comercial. *Ministerio de Economía, Comercio y Empresa*. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de [https://comercio.gob.es/eses/NotasPrensa/2022/Paginas/221125\\_ViajeOficialColombia.aspx](https://comercio.gob.es/eses/NotasPrensa/2022/Paginas/221125_ViajeOficialColombia.aspx)
- Ministerio de Relaciones Exteriores. Colombia y España fortalecen relaciones económicas y comerciales. *Ministerio de Relaciones Exteriores, Cancillería*. Recuperado el 8 de mayo de 2023, de <https://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/colombia-y-espana-fortalecen-relaciones-economicas-comerciales>
- Mochila Bags. (2023). Bolsos Mochila, Bolsos Wayúu hechos a mano. <https://www.mochilabags.com/>
- Monterrosa Barranco, K. P. (2018). Fortalecimiento de los artesanos Wayúu ubicados en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, La Guajira. Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18841/2019karenmonterosa.pdf>
- Murillo Pinto, M. (2015). *Plan de mercadeo para el posicionamiento y comercialización de artículos con diseños en tejidos inspirados en la cultura Wayúu* (Bachelor's thesis, Universidad Piloto de Colombia).

Peralta, R. (2021). Investigación de mercados internacionales. Editorial Universitaria.

Peterdy, K. (2023). *PESTEL Analysis & Uses in Financial Analysis*. Corporate Finance Institute. Recuperado de <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/pestel-analysis/>

Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

Proméxico. (2010). Cómo determinar el precio de exportación. Secretaría de Economía

Pitre López, L., & Ramírez Fernández, E. (2023). *Estudio de factibilidad para la exportación de mochilas Wayúu elaboradas artesanalmente hacia el mercado europeo* (Bachelor's thesis, Comercio Internacional).

Púa Olivo, L. (2019). Plan de negocios para la exportación de mochilas Wayúu desde Colombia a Estados Unidos. Fundación Universidad de América.

Restrepo Monsalve, V. (2022). Plan de negocios para la comercialización de productos artesanales de origen Wayuu para la ciudad de Los Ángeles en los Estados Unidos. Repositorio Universidad EIA.

Sabino, C. (1996). El proceso de investigación (4th ed.). Panapo.

Silveira, P. (2018). Marco legal para el comercio internacional. Fondo Editorial.

Tamayo, M., & Tamayo, G. (1999). El proceso de la investigación científica. Limusa.

Villarreal, B. (2018). Gestión logística en la cadena de suministro. McGraw Hill.