

# ASOARTESCO

Por:

**Mariana Ortiz Cifuentes, Valentina Olivares Gómez y Nicole Quevedo Vargas**

Mientras crecía, veía a su mamá y a su abuela hilar lana de oveja, la artesana Elsa reafirmaba su pasión por las artesanías y las manualidades. Uno de sus proyectos más grandes: Asoartesco. Hasta el momento, a pesar de haber logrado dedicarse 100% a este hermoso trabajo y poder hacer lo que le apasiona, Elsa y su asociación aún enfrentan grandes desafíos, pues muchas veces la artesanía no tiene un papel tan protagónico como debería, es por eso por lo que esta artesana hará todo lo posible por cambiar esto para poder crecer en el mercado de las artesanías y hacer de su negocio un emprendimiento reconocido a nivel nacional e internacional.

## Una mujer perseverante contando su historia

La artesana Elsa García nació en Cogua Cundinamarca, Colombia el 14 de agosto de 1957. Viene de una familia del campo donde siempre ha vivido con su familia con la que es muy unida. Estudió primaria en el pueblo y el bachillerato lo hizo en el Colegio Cooperativo. Desde muy joven empezó su camino en el trabajo de las artesanías, comenzó viendo como su abuela y su madre hilaban lana de oveja, la precisaban y luego la pintaban con tintes naturales y anilinas las cuales eran tinturas de esa época; esta experiencia de ver el talento de sus dos más grandes ejemplos de vida para ella sembró una semilla en su corazón de querer aprender y poder seguir ese legado que le dejaron su madre y su abuela.

Durante sus primeros años conociendo las artesanías, estuvo aprendiendo diferentes técnicas como el crochet y las dos agujas en el colegio junto con otras compañeras. Desde muy pequeña fue desarrollando ese talento hacía las diferentes técnicas de artesanías. Luego empezó a practicar en la casa además de lo que ya había aprendido tanto de su abuela y su mamá como en el colegio, lo que resultó en que las artesanías en diferentes técnicas se convirtieran en un hobby para ella.

Al graduarse del bachillerato, Elsa se organizó y se dedicó a ser comerciante, primero se dedicó a la panadería y al cuidado de sus hijos. Cada vez quería aprender más con el fin de poder tener diferentes conocimientos en el área de la panadería para cumplir su objetivo de desarrollarse de la manera más acertada como comerciante; es por esto que decidió empezar a aprender a cocinar diferentes productos de repostería y pastelería, esto sin dejar a un lado las artesanías y las manualidades. Hubo momentos difíciles a lo largo del proceso de ser comerciante, sin embargo, se ha caracterizado por su empoderamiento y ganas de salir adelante, razón hizo que nunca se rindiera y luchará por lo que le gusta hacer para así poder sacar a su familia adelante.

Cuando sus hijos crecieron y se convirtieron en profesionales, dejó el negocio de la panadería, pastelería y repostería para dedicarse 100% a las artesanías y manualidades que es lo que realmente le apasiona, haciendo diferentes capacitaciones con el propósito de superarse y de poder sacar adelante el negocio de las artesanías. Elsa hizo diferentes cursos para aprender nuevas técnicas para hacer amigurumis, manteles pintados a mano, arte country, macramé, entre otros.

## La creación de Asoartesco

Pasado un tiempo, en el 2019 una convocatoria de Artesanías de Colombia les dio una oportunidad inigualable a todos los artesanos de Cogua. Esta oportunidad consistía en ir a mostrar sus productos en una feria, ese mismo día Elsa conoció a otras artesanas del municipio. Más adelante, en una conversación surgió la idea de unirse para así crear una asociación, esto teniendo en cuenta que todas comparten la misma pasión por las artesanías; como resultado de esto, decidieron llamarse “Asoartesco” lo cual hace referencia a “Asociación de Artesanía de Cogua”.

Formaron un grupo de 11 personas de las cuales 10 son mujeres y 1 es un hombre, todos de diferentes edades. Todos los miembros de la asociación saben acerca de diferentes técnicas para hacer las artesanías, lo cual permite que entre todos aprendan y también se capaciten con el fin de poder tener más productos para llevar a las diferentes ferias realizadas por la Cámara de Comercio en Neusa, Cajicá, Chía, Tenjo, entre otros. Estas actividades los han ayudado a poder surgir y que las personas conozcan un poco más sobre el negocio y sobre la asociación. No obstante, para Elsa y los demás participantes no ha sido fácil este proceso, han tenido que superar muchos obstáculos que se les han presentado a lo largo del camino tales como; la poca presencia en redes sociales, la falta de un local físico donde poder mostrar sus productos y la escases de recursos económicos para conseguir algunos materiales como lana, lana de leche, algodón orgánico, seda, entre otros.

Para Elsa ha sido difícil poder surgir siendo comerciante de artesanías únicamente. A veces se frustra y no sabe cómo seguir, pero las ganas y el amor que le tiene a la artesanía es lo que le permite levantarse todos los días y querer seguir aprendiendo. Además, ha luchado incansablemente porque estas sean valoradas en Colombia y ha buscado la manera para lograr expandirse e internacionalizarse con el fin de que se valoren las horas de trabajo, el talento, al igual que poder vender los productos a un mejor precio.

Ahora bien, para Elsa es preocupante que no todos los miembros de la asociación se dedican 100% a las artesanías, hay unas compañeras encargadas del área de las redes sociales que también estudian y que, por ende, a veces no tienen el tiempo de generar presencia y reconocimiento en este medio como se debería. Otra compañera es dueña de un supermercado, de modo que invierte la mayor parte del tiempo atendiendo su local, lo cual a Elsa le preocupa teniendo en cuenta que espera que Asoartesco sea la prioridad. Otro de los desafíos que se ha presentado es que no hay un local presencial en donde puedan exhibir sus productos ya que el arriendo de un local es muy costoso y en este momento la asociación no está pasando por un buen momento económico.

Un día en su casa reflexionando, Elsa empezó a pensar acerca de cómo hacer para que la asociación prospere y se dio cuenta que lo que necesitan es conseguir una vitrina o un local, esto con el fin de que las ventas ya no sean voz a voz. Por otro lado, si se les brinda ayuda para poder adquirir la maquinaria específica para hacer ciertos productos como las hamacas, se podrían incluir en su catálogo de productos y así poder cumplir sus objetivos en común los cuales son internacionalizarse, tener páginas web o presencia en las redes sociales y abrir un punto de venta donde puedan ser visible todos sus productos, sobre todo para los turistas.

## Los pesebres de Asoartesco, Asoartesco empático y Asoartesco bajo cero -Modelos de negocio diferentes en el mercado de artesanías

En 2022, un grupo de estudiantes de la facultad de psicología y ciencias del comportamiento de la Universidad de La Sabana se enteró del emprendimiento y quiso desarrollar un modelo de negocio sostenible e innovador, en relación a la proyección de la asociación de artesanías. Durante el semestre 2022-2, ellos se reunieron con Elsa y entablaron una conversación sinérgica en la cual los estudiantes la entrevistaron y conocieron a profundidad el emprendimiento, además de conocer la misión y visión de este; después de esta reunión, en sus horas de clase pusieron en práctica sus conocimientos sobre emprendimiento y creación de empresas, para diseñar un modelo de negocio diferente y mejorar el emprendimiento social de Asoartesco.

A través de la metodología Canvas, los estudiantes construyeron tres prototipos de modelo de negocio (ver Anexo 1, 2 y 3), ellos trabajaron estableciendo un valor agregado de la asociación y preguntándose cómo podrían vender los productos en un mercado saturado de competencia y negocios similares. Este valor agregado consistió en ayudar a una comunidad y darle un valor social, los estudiantes ayudaron a buscar y tener en cuenta una comunidad escogida, centrándose en la innovación, novedad y personalización de los diseños, haciéndolos únicos y exclusivos para cada cliente, ya sea por la necesidad, el material o la presentación de estos productos.

Las estudiantes durante una reunión, ya conociendo un poco más sobre el emprendimiento y los objetivos de este, crearon una presentación con los tres prototipos de modelo de negocio (ver Anexo 1, 2 y 3) con el fin de exponérsela a Elsa durante una de las reuniones que tuvieron para que ella pudiera decidir en cual enfocar el emprendimiento y poder crecer y mejorar sus ventas. El primer prototipo tenía como segmento de mercado personas de tercera edad o familiares (jóvenes) relacionados con estos, como propuesta de valor está poder incluir la novedad y la personalización de los productos para cada cliente, al igual que la innovación. Es por esto que el prototipo consistía en crear diseños únicos y exclusivos que representarían y mantuvieran viva las distintas culturas e identidades de Colombia. En cuanto a la estructura de costos se espera recortar gastos en productos que no se han vendido bien y se pueden sacar del mercado como asociaciones clave está la compra de determinados recursos como materia prima, materiales sostenibles, orgánicos, maquinaria, etc (Ver anexo 1)

El segundo prototipo tenía como segmento de mercado personas de cualquier edad que hubieran sufrido de quemaduras de la piel en las manos. Por otro lado, como propuesta de valor está poder incluir la novedad, la personalización y la innovación de los productos para cada cliente, esto, creando guantes con diferentes formas, diseños exclusivos con materiales orgánicos e hipoalérgicos y distintos colores. Dándoles la garantía a los clientes de que pueden usarlos sin problema alguno. En cuanto a la estructura de costos se espera recortar gastos en productos que no se han vendido bien y se pueden sacar del mercado. Como asociaciones clave está la compra de determinados recursos como materia prima, materiales sostenibles, orgánicos, maquinaria, entre otros. (Ver anexo 2).

Y por último, el tercer prototipo consistía en crear bufandas con diferentes estilos y formas que protegieran del frío a las personas que vivieran la estación de invierno en su país de residencia o simplemente que vivieran en clima frío en sus ciudades. Como propuesta de valor está poder incluir la novedad, la innovación y la personalización de los productos para cada cliente, en cuanto a la forma de las bufandas, el color, el material, entre otros.

En cuanto a la estructura de costos se espera recortar gastos en productos que no se han vendido bien y se pueden sacar del mercado. Y, como asociaciones clave, está la compra de determinados recursos como materia prima, materiales sostenibles, orgánicos y maquinaria. (Ver anexo 3).

Estos tres prototipos tuvieron en común parte de la propuesta de valor, puesto que gracias a la investigación que realizaron los estudiantes, se mostraba que la novedad, la personalización y la innovación de los productos era lo más importante para que el emprendimiento de Asoartesco pudiera diferenciarse de las demás empresas y pudiera tener un crecimiento exitoso y un mayor reconocimiento en el mercado.

A pesar de que las ideas propuestas son de su agrado, Elsa y la asociación notaron que los ingresos no son muy altos, debido a las situaciones económicas que generan problemas. Como por ejemplo, la adquisición de un local, la maquinaria necesaria para que las horas de trabajo sean menores y puedan realizar más productos, la necesidad de un página web y la presencia en las redes sociales, ya que esto hace que Asoartesco se dé a conocer en diferentes lugares y las personas conozcan acerca de esta sin necesidad de vivir en Cogua, esto es lo que le ha generado a Elsa y Asoartesco un gran desafío.

## **La elección de su nuevo rumbo: Asoartesco bajo cero**

Sin importar las circunstancias difíciles que se le presentaron en el camino tanto a Elsa como a Asoartesco, ella decidió seguir luchando por sacar adelante su emprendimiento. Inicialmente la meta de Asoartesco era lograr internacionalizarse con el fin de conseguir mayor reconocimiento, y, a su vez, mayores ganancias.

Sin embargo, a partir de los modelos de negocio propuestos por las estudiantes de la Universidad de La Sabana, se dio un rumbo nuevo y más proyectado en cuanto a la propuesta de valor de su emprendimiento, este consiste en enfocar las ventas en un segmento de clientes específicos quienes requieren de una solución para una problemática social que estén viviendo en carne propia. Como se mencionó anteriormente, los segmentos de clientes fueron los siguientes; adultos de la tercera edad que quieren representar su cultura e identidad a través de las artesanías, individuos que han padecido de quemaduras en la piel e individuos que viven la condición de frío o invierno en su ciudad, país o lugar de residencia.

Se decidió enfocar su misión en los individuos que viven la condición de frío o invierno en su ciudad, país o lugar de residencia. Para esto, se debían plantear unas preguntas que permitirían desarrollar de la manera más acertada esta idea de negocio, preguntas tales como: ¿Qué nuevos materiales podemos utilizar con el fin de innovar?, ¿Como podemos hacer uso de nuestro talento y nuestras habilidades para lograr impactar de manera diferente en el mercado?, entre otras preguntas que permitieran ejecutar la idea de modelo de negocio de la mejor forma.

Las estudiantes de la Universidad de La Sabana le hicieron caer en cuenta a Asoartesco acerca de un factor muy importante el cual era la propuesta de valor, esto teniendo en cuenta que la mayoría de emprendimientos enfocados en trabajo hecho a mano no dan solución a una problemática social evidente, lo que quiere decir que ese sería el concepto de cambio que haría a Asoartesco diferente a los demás negocios en el mercado de artesanías, el dar solución a una problemática a un segmento de clientes determinados.

Teniendo en cuenta el modelo de negocio, Elsa y la asociación se dieron cuenta que necesitan de un local físico que permita que los clientes puedan ir a conocer sus productos, sin mencionar que necesitan de un local que esté bien ubicado, donde haya grupos masivos de personas que lo frecuenten para darle apertura a su negocio y vender de manera exitosa sus productos.

Lamentablemente, Asoartesco no cuenta aún con el sustento económico necesario para conseguir un buen local, esto ya que son muy costosos y al no tomar una decisión rápida sobre si arrendarlo o no, otras personas terminan arrendando estos primero. A razón de esto, ellos quieren enfocarse prioritariamente en sus redes sociales y montar una página web que esté al alcance de todos los consumidores potenciales para que puedan adquirir los productos de Asoartesco de forma segura, rápida y de fácil acceso.

Elsa y la asociación se tomaron de la mejor manera los consejos y guía de las estudiantes de la Universidad de la Sabana, a pesar de que el modelo de negocio probablemente se salía un poco de su área de experiencia, como equipo están dispuestos a aprender e implementar nuevas estrategias para despejar su negocio y promocionar sus productos como fuera necesario.

Era necesario que ellos como asociación identificaran sus fortalezas y sus debilidades para consolidar este modelo de negocio y lograr cumplir su sueño de ser un emprendimiento diferente reconocido por su concepto de innovación, sostenibilidad y cambio. Las estudiantes impulsaron a la señora Elsa y su asociación a lanzarse y perder el temor de salirse de su zona de confort.

Además de notar esto, se dieron cuenta de la necesidad que tienen como asociación de encontrar nuevos canales de distribución y socios claves con el fin de conseguir proveedores de materia prima permanentes para el emprendimiento, lo cual permitiría que se creara una alianza entre ellos con el fin de consolidar un proyecto social en el cual se apoyen los emprendimientos colombianos, el trabajo hecho a mano y un gran personal que trabaje en estos productos. Asimismo, la importancia de conseguir socios que puedan financiar el emprendimiento para que este no carezca de sustento económico y buscar un crecimiento en el equipo de trabajo para esas temporadas en las que haya mucha solicitud de pedidos, ya que, entre más manos trabajen juntas, mayor tiempo que se puede economizar.

## **¿Qué espera a futuro Asoartesco al implementar este nuevo modelo de negocio?**

Asoartesco espera marcar un antes y un después en la población escogida como segmento de clientes, una población que probablemente ha sido olvidada por las marcas de cadena que a veces se enfocan mayormente en moda, tendencia y estilo, en vez de enfocarse en una necesidad esencial como lo es la protección para el clima frío que puede llegar a ser muy perjudicial para la salud si no se protege la piel como se debe.








Adicional a esto, espera poder ofrecerle a sus clientes productos de la mejor calidad para que sepan que se les tiene en cuenta para que puedan acceder a estos siempre que los necesiten, sin mencionar que espera seguir apostándole al crecimiento de su emprendimiento, a la búsqueda de nuevas estrategias innovadoras, al reconocimiento tanto de errores y cosas por mejorar como de virtudes y factores positivos para poder mejorar día a día su negocio.

En Asoartesco saben que llevar un negocio a la cima no es sencillo, saben que en el camino se presentarán obstáculos, desafíos o incluso oportunidades de mejora, pero tienen su fe y su motivación intacta, queriendo sacar adelante este emprendimiento que tiene un gran valor social y de inclusión. El generar satisfacción y alegría en sus clientes, será su motor y su impulso para seguir innovando y creciendo como un equipo día a día.

## Anexos


### Anexo 1

**Figura 1.** Canvas del primer prototipo de modelo de negocio presentado a Elsa.

<p><b>Asociaciones clave</b> </p> <p>Compra de determinados recursos y servicios como materia prima, materiales sostenibles, orgánicos y maquinaria para poder realizar los productos.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Producción: artesanías con diseños únicos que representen la cultura y la identidad. Resolución de problemas: dar solución con productos que representen y mantengan viva las distintas culturas e identidades.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Novedad y personalización: diseños únicos y exclusivos para cada cliente, representando sus culturas e identidades.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Comunidad: tener una relación en donde los clientes puedan ser parte de la producción, dando opiniones y retroalimentación con sus respectivas necesidades. Asistencia personalizada: teniendo en cuenta las diferentes culturas e identidades.</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Ancianos que quieren representar su cultura y su identidad por medio de las diferentes artesanías que se realizan.</p> <p>Jóvenes relacionados con adultos de la tercera edad.</p>
<p><b>Estructura de costos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacer de manera más económica y efectiva los productos más vendidos</li> <li>- Recortar gastos en cuanto a productos que no se han vendido bien y se pueden sacar del mercado</li> </ul>	<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de artesanías con diseños únicos que representen distintas culturas e identidades.</p>			

## Anexo 2

**Figura 2.** Canvas del segundo prototipo de modelo de negocio presentado a Elsa.

<p><b>Asociaciones clave</b> </p> <p>Compra de determinados recursos y servicios como materia prima, materiales sostenibles, orgánicos y maquinaria para poder realizar los productos.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Producción: de prendas que puedan utilizar las personas con quemaduras</p> <p>Resolución de problemas: dar solución con productos artesanales a las personas con quemaduras que puedan protegerse con prendas con materiales aptos.</p> <p>Guantes </p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Novedad y personalización, diseños únicos para cada cliente, en cuanto a necesidad, diseño, forma, etc.</p> <p>Innovación, en cuanto a diseños que puedan ser utilizados por personas con quemaduras creándolos con diferentes materiales aptos y también a precios accesibles</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Comunidad: tener una relación en donde los clientes puedan ser parte de la producción, dando opiniones y retroalimentación con sus respectivas necesidades.</p> <p>Asistencia personalizada para la necesidad que tengan las personas en base a la parte del cuerpo que quieran proteger</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Personas que sufren de quemaduras en la piel</p>
<p><b>Estructura de costos</b> </p> <p>Hacer de manera más económica y efectiva los productos más vendidos . Recortar gastos en cuanto a productos que no se han vendido bien y se pueden sacar del mercado</p>	<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de artesanías con materiales orgánicos o hipoalergénicos para que las personas que sufrieron de quemaduras las puedan utilizar sin problema.</p>			

### Anexo 3

**Figura 3.** Canvas del tercer prototipo de modelo de negocio presentado a Elsa.

<p><b>Asociaciones clave</b> </p> <p>Compra de determinados recursos y servicios como materia prima, materiales sostenibles, orgánicos y maquinaria para poder realizar los productos.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Producción de prendas que puedan ser utilizadas por personas que viven el invierno en sus países.</p> <p>Resolución de problemas: dar una solución con productos artesanales a las personas que viven el invierno en sus países con materiales que puedan abrigarlos lo suficientes con materiales orgánicos como algodón, lana, lino, entre otros, que pueden resultar bastantes útiles para abrigar.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Novedad y personalización, diseños únicos para cada cliente, en cuanto a necesidad, diseño, forma, de diferentes productos como abrigos, sacos, guantes, gorros, bufandas.</p> <p>Innovación, en cuanto a diseños que abriguen lo suficiente para ser utilizados por personas que viven en invierno, creándolos con diferentes materiales y también a precios accesibles con diferentes diseños novedosos que no estén en el mercado.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Comunidad: tener una relación en donde los clientes puedan ser parte de la producción, dando opiniones y retroalimentación con sus respectivas necesidades. Asistencia personalizada: para crear diseños especializados para estas temperaturas tan bajas.</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Personas que viven el invierno en sus países y requieren de prendas que mantengan una temperatura abrigada para el cuerpo.</p>
<p><b>Estructura de costos</b> </p> <p>Hacer de manera más económica y efectiva los productos más vendidos Recortar gastos en cuanto a productos que no se han vendido bien y se pueden sacar del mercado</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de artesanías y prendas que protejan y ayuden a mantener abrigado el cuerpo humano.</p>		