



Volumen **9** No. 1
traves. emprend.
Ene-jun 2025
e-ISSN: 2539-0376

Teku Artesanías: tradición, sostenibilidad e innovación en la industria textil colombiana

Ángela Grisel Bucheli

David Salvador Ojeda

Estudiantes de Administración de Negocios Internacionales
Universidad Mariana

Daniel Alejandro Revelo

Dirección Administración de Negocios Internacionales
Universidad Mariana
adminegociosinternacionales@umariana.edu.co

Introducción

En el contexto de la creciente demanda de productos sostenibles y culturalmente significativos, surge la idea de negocio 'Teku Artesanías', una propuesta orientada a rescatar y promover la tradición textil artesanal colombiana. Esta iniciativa nace del interés por generar un impacto positivo tanto en el ámbito social como en el ambiental, articulando valores como la sostenibilidad, la inclusión y la identidad cultural.

'Teku Artesanías' aún no se ha constituido formalmente como empresa, pero se proyecta como un emprendimiento con gran potencial de crecimiento. Su propuesta se enfoca en articular la tradición de los tejidos manuales con innovaciones en comercialización digital, diseño y estrategias de mercado. El objetivo es crear una marca representativa que contribuya al desarrollo de comunidades artesanas, al tiempo que satisface las nuevas preferencias del consumidor contemporáneo, cada vez más consciente y comprometido con el origen de los productos que consume.

Esta idea de negocio se desarrolla en un entorno favorable, donde el interés por el consumo ético, el comercio justo y los productos hechos a mano

se ha incrementado notablemente. Este documento presenta un análisis detallado de la propuesta de 'Teku Artesanías', incluyendo su modelo de negocio, características del mercado objetivo, estrategias comerciales preliminares, proyecciones financieras iniciales y, lineamientos para un crecimiento sostenible.

Modelo de negocio y propuesta de valor

'Teku Artesanías' se perfila como una iniciativa enfocada en la producción y comercialización de productos textiles artesanales, elaborados por comunidades locales que utilizan técnicas ancestrales. El modelo de negocio se basaría en la cooperación con artesanos de diferentes regiones del país, quienes serían parte activa en la creación y diseño de cada pieza.

Uno de los pilares de esta idea de negocio es su propuesta de valor: ofrecer productos únicos, hechos a mano, con una fuerte identidad cultural y un compromiso ambiental evidente. Los productos están elaborados con materiales naturales o reciclados, buscando minimizar el impacto ambiental de los procesos de producción.

La comercialización combinaría puntos físicos estratégicos (como ferias artesanales y tiendas colaborativas) con una plataforma de comercio electrónico que permita llegar a un público amplio, tanto en Colombia como en el exterior. A través de esta plataforma se podría contar las historias de los artesanos y los procesos de elaboración, generando una conexión emocional con el consumidor.

Asimismo, se contempla un enfoque participativo con las comunidades involucradas. La relación con los artesanos no sería solamente transaccional, sino colaborativa, garantizando una distribución equitativa de beneficios, inclusión en decisiones de diseño y, programas de formación y fortalecimiento de capacidades productivas.

Análisis de mercado

La idea de 'Teku Artesanías' surge en un momento en que el mercado colombiano y global presentan condiciones propicias para este tipo de propuesta. Según investigaciones preliminares y análisis de tendencias, el consumidor actual —en especial los jóvenes entre 20 y 35 años— muestra una alta valoración por productos auténticos, sostenibles y con impacto social positivo.

El mercado objetivo primario serían mujeres jóvenes de estratos 1 y 2, interesadas en artículos diferenciados, con diseños únicos y responsables con el medio ambiente. También se contemplan nichos secundarios, como turistas extranjeros, consumidores con orientación ética y empresas interesadas en regalos corporativos sostenibles.

Los productos iniciales incluirían mochilas, bolsos, cojines, mantas y accesorios, con precios accesibles que oscilan entre 50.000 y 80.000 COP. Estos precios podrían ajustarse según la complejidad del diseño, el tamaño del producto y el tipo de material utilizado. Se identifica una demanda potencial más fuerte en temporadas de clima frío, festividades culturales y eventos turísticos.

Estrategias de márketing (Propuesta inicial)

Para dar a conocer y posicionar la marca 'Teku Artesanías', se propone una estrategia de márketing multicanal con enfoque en lo digital. Las redes sociales como Instagram, Facebook y Pinterest serían fundamentales para visibilizar los productos y contar las historias que los acompañan, en un enfoque de *storytelling* que emocione y fidelice al consumidor.

También se contemplaría la participación en ferias de diseño, moda y artesanía, donde se pueda exponer el catálogo de productos y establecer contactos con distribuidores y compradores potenciales. Además, se desarrollarían alianzas con influenciadores alineados con los valores de la marca, que promuevan el mensaje de sostenibilidad y autenticidad de 'Teku Artesanías'.

Una característica clave sería la personalización: los clientes podrían elegir combinaciones de colores, tejidos y tamaños, con lo cual se reforzaría la exclusividad de cada pieza y se adaptaría la oferta a gustos diversos.

Proyecciones financieras (Escenario inicial)

La idea de negocio parte con una proyección financiera conservadora. Se estima una inversión inicial aproximada de 10.000.000 COP, destinada a la compra de materias primas, pago a los artesanos, diseño de marca, montaje de una tienda virtual y estrategia de publicidad.

En el primer año se prevé una meta de ventas por 50.000.000 COP, con un margen de utilidad del 30 %, considerando una producción inicial de bajo volumen, pero con alto valor agregado. A partir del segundo año, se espera

un crecimiento progresivo del 20 % anual, a medida que se fortalezca la presencia de marca y se optimicen los procesos operativos.

El flujo de caja se gestionaría con herramientas sencillas de planificación financiera, buscando siempre mantener un equilibrio entre ingresos y egresos. En caso de expansión, se consideraría el acceso a líneas de crédito para emprendedores, programas de cooperación internacional o convocatorias de innovación social.

Desafíos y oportunidades

Entre los desafíos más relevantes se encuentra la competencia con productos industrializados de bajo costo, lo cual obliga a 'Teku Artesanías' a diferenciarse claramente mediante calidad, diseño y relato cultural. Igualmente, se identifican retos logísticos, como el transporte desde zonas rurales o la formación digital de algunos artesanos.

No obstante, las oportunidades son significativas. El auge del comercio electrónico, la expansión del turismo en Colombia y, el creciente interés por el comercio justo, abren posibilidades para consolidar un modelo de negocio escalable. Además, existen mercados internacionales interesados en productos artesanales latinoamericanos, como Estados Unidos, Canadá, Francia y España.

Estrategias para el crecimiento sostenible

1. Diversificación de productos y líneas de negocio

La diversificación permite adaptarse a las tendencias del mercado y reducir la dependencia de un solo tipo de producto. Inicialmente, 'Teku Artesanías' contempla mochilas, bolsos y cojines, pero en una segunda etapa se podría incluir:

- Ropa artesanal con tejidos tradicionales (blusas, ponchos, bufandas).
- Decoración para el hogar (tapices, mantas, caminos de mesa).
- Joyería étnica hecha con fibras naturales.
- Ediciones especiales o colaboraciones con diseñadores contemporáneos.

Esta diversificación contribuiría no solo al aumento del portafolio y los ingresos, sino también a una mayor visibilidad de las técnicas artesanales en diversos contextos de uso.

2. Capacitación continua para artesanos y colaboradores

Uno de los pilares del crecimiento sostenible es el fortalecimiento del talento humano. Para ello, se plantea la creación de programas permanentes de capacitación dirigidos a los artesanos aliados y al equipo de apoyo, con contenidos como:

- Diseño y tendencias del mercado artesanal.
- Gestión del tiempo y planificación de la producción.
- Técnicas innovadoras de tejido y acabado.
- Educación financiera y administración básica.
- Uso de herramientas digitales para la comunicación y comercialización.

Estas formaciones no solo mejorarán la calidad de los productos, sino que empoderarán a los artesanos, promoviendo su autonomía y participación activa en el desarrollo del negocio.

3. Alianzas estratégicas con entidades educativas, sociales y comerciales

Para ampliar su impacto, 'Teku Artesanías' podría establecer alianzas con diversas instituciones que compartan sus valores:

- **Universidades:** para desarrollar proyectos de innovación social, asesoría en diseño y máquetin, o pasantías en comunidades.
- **ONG y fundaciones** que trabajen con población vulnerable o indígena, facilitando el acceso a nuevas comunidades productoras.
- **Empresas del sector moda, turismo y decoración** con quienes se podría lanzar líneas colaborativas o desarrollar productos personalizados.

Estas alianzas permitirán acceder a nuevos recursos, conocimientos técnicos y canales de distribución, además de reforzar la legitimidad del proyecto ante sus clientes y beneficiarios.

4. Certificaciones de sostenibilidad y comercio justo

A medida que el emprendimiento crezca, será importante validar de forma externa su compromiso con el medio ambiente y la justicia social. Para ello, se plantea obtener certificaciones que respalden prácticas responsables, tales como:

- Certificación de Comercio justo (Fair Trade).
- Certificación de productos orgánicos o eco-amigables.
- Sello 'Hecho a mano' o, reconocimiento de saberes ancestrales.

Estas certificaciones serán clave para ingresar a mercados más exigentes, como el europeo o el norteamericano, donde los consumidores valoran mucho la transparencia en la cadena de valor.

5. Desarrollo tecnológico y digitalización progresiva

Aunque el valor de 'Teku Artesanías' está en lo manual y lo artesanal, la tecnología puede desempeñar un papel clave en la sostenibilidad del negocio. Se propone, en una etapa progresiva, incorporar herramientas como:

- **Plataforma e-commerce propia**, optimizada para ventas nacionales e internacionales.
- **Software de gestión comercial y financiera**, para controlar inventarios, pedidos y pagos.
- **Aplicaciones móviles** que permitan personalizar productos o conocer la historia detrás de cada prenda.
- **Sistemas de trazabilidad**, que documenten el origen de los materiales y el impacto social del producto.

Estas herramientas mejorarán la eficiencia operativa, ampliarán el alcance del negocio y generarán confianza en el cliente.

6. Gestión ambiental responsable

La sostenibilidad ambiental debe ser transversal en todo el modelo. Algunas medidas propuestas incluyen:

- Uso exclusivo de fibras naturales, recicladas o biodegradables.
- Eliminación de empaques plásticos y adopción de envoltorios reutilizables o compostables.
- Manejo adecuado de residuos textiles y reutilización de retazos para nuevos productos.
- Diseño de productos duraderos, con una vida útil prolongada y posibilidad de reparación.

Estas acciones no solo reducen el impacto ecológico, sino que diferencian la marca frente a productos industriales y masivos.

7. Consolidación de una comunidad y fidelización de clientes

El crecimiento sostenible también depende de construir una comunidad comprometida alrededor de la marca. Para ello, se propone:

- Crear una comunidad digital de compradores, artesanos y aliados, donde se comparta contenidos de valor (historias, talleres, lanzamientos).
- Implementar un programa de clientes embajadores, donde usuarios frecuentes puedan participar en el diseño o nombramiento de nuevas piezas.
- Desarrollar una estrategia de posventa y fidelización, basada en la atención personalizada, recompensas y acceso a colecciones exclusivas.

Esta conexión emocional con la marca garantiza no solo ventas recurrentes, sino una reputación positiva que puede visualizarse de manera orgánica.

Figura 1

Conjunto de productos textiles artesanales, incluyendo bolsos, cojines y pantalones con tejidos en tonos tierra y pastel



Nota. Creada con Gemini (2025).

Figura 2

Tela tejida de estilo artesanal con patrones geométricos en colores vivos como naranja, azul y negro



Nota. Creada con Gemini (2025).

Figura 3

Sombreros de paja de colores con detalles bordados florales, exhibidos sobre una canasta de mimbre



Nota. Creada con Gemini (2025).

Conclusiones

‘Teku Artesanías’ es más que una idea de negocio; es una visión de emprendimiento con propósito. A través de una combinación entre tradición e innovación, este proyecto busca generar oportunidades económicas para los artesanos, fortalecer la identidad cultural colombiana y satisfacer la demanda creciente de consumidores responsables.

Aunque aún no se ha formalizado como empresa, la propuesta muestra un alto potencial de impacto y escalabilidad. Su éxito dependerá de una planificación estratégica clara, una ejecución coherente con sus valores y, una adaptación constante a los cambios del mercado. ‘Teku Artesanías’ podría convertirse en un referente nacional e internacional del comercio justo y la moda ética hecha en Colombia.