

DI 1986.04

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO  
ARTESANIAS DE COLOMBIA

BUSQUEDA DE NUEVOS CLIENTES  
PARA LAS ARTESANIAS GUAJIRAS  
(PRIMER AVANCE)

EJECUCION:

Ing.Ind. Henry loaiza Z.

Bogotá, Septiembre 11 de 1986

## 1. LA EMPRESA

Razón social: Organización Indígena " YANAMA "

Objeto social: Propender por el desarrollo social y económico de los  
artesanos guajiros.

Ubicación: Cra 9 Nº 15-35 Maicao (Guajira)

Representante Legal : REYES IGUARAN

### 1.1. ORGANIZACION

#### 1.1.1. Estructura Orgánica

Junta Directiva

Coordinadora de Producción

Coordinadora General

Coordinadora de los centros de producción

Artesanos

### 1.2. PRODUCCION

#### 1.2.1. Centros de Producción

Nazareth

Media Luna

Maicao

Macú

Ceura

#### 1.2.2. Productos

Chinchorros ; doble, sencillo, en tripa, calado (3clases), en colores y blanco.

Hamacas : con diseños y en fibra

Mochilas : medio punto, punto entero, osonuish y fibra

Waireñas : variados diseños

Shiiras ( cinturón ) : diferentes tamaños y diseños

Tequiaras ( balacas ) : diferentes tamaños y diseños

Mantas : diferentes tamaños y diseños

### 1.2.3. Técnicas de Producción

Las técnicas utilizadas actualmente por los artesanos guajiros son rudimentarias ya que no poseen ningún tipo de maquinaria o equipos sofisticados para fabricar sus productos.

Generalmente los telares que se usan en la elaboración de los productos son construidos por los mismos indígenas utilizando tubos de metal, palos y piedras, lo que hace que la producción sea lenta.

### 1.2.4. Materias primas

Se emplean en la producción de los artículos artesanales guajiros diversas calidades de hilos: curricán, hilaza, carmencita, nylon y fibra.

### 1.2.5. Tiempo promedio de producción

Hamacas y chinchorros: 3 meses

Mochilas: 1 mes

Waireñas: 3 días

Tequiaras: 7 días

Mantas: 7 días

Nota: el tiempo de producción puede variar dependiendo de la sencillez o sofisticado que sea el producto.

#### 1.2.6. Mano de obra.

La mano de obra para la elaboración de los productos no depende directamente de " YANAMA " porque éstos no tienen un contrato laboral con la organización y su única conexión con ella radica en que la coordinadora de producción les proporciona mercancías a crédito y consigue instructoras para la preparación de nuevos artesanos.

Según la coordinadora general de " YANAMA " el promedio de artesanos por centro de producción es de cuarenta (40 ) y este se puede incrementar en la medida que los requerimientos de la demanda así lo exijan.

#### 1.2.7. Productos terminados.

Estos productos son almacenados en cada centro de producción hasta el momento de ser llevados a los puntos de venta o hasta la bodega que posee la Organización en sus oficinas en Maicao.

Para el transporte de productos terminados, cuando se hace a gran escala, se utilizan guacales de madera y en pequeñas cantidades se llevan en empaques que pueden ser desde una bolsa plástica hasta un costal de fique.

#### 1.2.8. Compras.

##### 1.2.8.1. Proceso de compras.

Para hacer los pedidos al proveedor " YANAMA " opera de la siguiente manera :

- La coordinadora de cada uno de los centros de producción hace una lista de los materiales que requiere cada artesano.
- La coordinadora del centro de producción presenta una relación

simplificada de los productos que se necesitan en su centro y la remite a la coordinadora general de producción.

-- La coordinadora general de producción la lista preparada en cada uno de los centros y los envía donde el proveedor.

-- El proveedor empaqueta los pedidos individualmente, según lista, marcando con el nombre del centro de producción al cual va dirigido y los hace llegar a la coordinadora de producción quien realiza el proceso inverso.

#### 1.2.8.2. Proveedor

" YANAMA " para la adquisición de mercancías utiliza los servicios de un sólo proveedor y este es Hilos cadena, quien tiene su base en Barranquilla.

Considera la coordinadora general de producción que el servicio prestado por este es eficiente ya que nunca se han presentado problemas con la calidad de los productos ni en los plazos de entrega.

#### 1.2.8.3. Condiciones de compra

-- Crédito a tres meses

-- El proveedor asume los costos de transporte

#### 1.3. VENTAS

Las ventas de las artesanías por medio de los artesanos afiliados a

" YANAMA " se realizan de dos formas a saber:

-- Ventas a " YANAMA "

-- Productos dejados en consignación en almacenes de artesanías.

" YANAMA " compra las mercancías a los indígenas y se encarga de llevarlos a las ferias artesanales para venderlos. Si la cantidad de

dinero que en esos momentos tiene la Organización no alcanza a cubrir la compra de la totalidad de los productos , los artesanos de jan la mercancía en poder de "YANAMA" para que estos lo comercialicen.

La otra forma de venta se presenta cuando los indígenas, por iniciativa propia, viajan a las ciudades en donde existen almacenes para la venta de artesanías y entregan sus productos a los propietarios de los establecimientos sin ningún compromiso por parte de estos.

Los artesanos regresan a los dos o tres meses para ver si ya han si do vendidos los artículos y reclamar el valor de ellos.

Es práctica común de los compradores habituales de artesanías guaji ras dirigirse hasta los centros de producción o hacia los indígenas no afiliados para hacerle un pedido especial, o sea, mandar a elaborar una hamaca o chinchorro con características específicas (colores y motivos ) que lo convierten en un artículo diferente a los de más existentes.

#### 1.4. FINANCIACION

Los recursos con que cuenta " YANAMA" para su operación provienen de entidades como Carbocol e Intercor, empresas estas, que financian los proyectos que la Organización Indígena pone a su consideración y los aprueban dependiendo del grado de utilidad de ellos. Además " YANAMA " posee recursos propios que corresponden al 2% mensual del valor de la materia prima que le entrega a los artesanos en cada uno de los centros de producción.

con motivo de la última feria exposición internacional realizada en Bogotá, "YANAMA " logró ofrecer una muestra artesanal en el pabellón de Confecámaras. El stand fue financiado por la Cámara de Comercio de la Guajira, La Lotería de la Guajira y Colcultura.

### 1.5. PRECIOS

Los precios que " YANAMA " asigna a los productos que vende no siguen una política definida, ya que dependen del momento y del lugar donde estén ofreciendo los productos.

Los precios actuales de los productos son:

Chinchorro doble

Carmencita \$ 50.000.00

Curricán \$ 35.000.00

Hilaza \$ 8.000.00 - \$ 20.000.00

Chinchorro sencillo

Carmencita \$ 40.000.00

Curricán \$ 30.000.00

Hilaza \$ 10.000.00

Chinchorro en tripa

Carmencita \$ 35.000.00

Hilaza \$ 15.000.00

Chinchorro Calado, en colores y blanco

Carmencita \$ 25.000.00

Curricán \$ 20.000.00

Hilaza \$ 10.000.00

Hamaca doble \$ 50.000.00

#### Mochilas

##### Medio punto

Tamaño normal \$ 3.500.00

Tamaño grande \$ 5.000.00

Tamaño mediano \$ 4.000.00

##### Punto entero

T. normal \$ 4.500.00

T. grande \$ 7.000.00

T. mediano \$ 5.000.00

Osonuish \$ 3000.00

##### Mochila en fibra

T. normal \$ 1.000.00

T. grande \$ 3.000.00

T. mediano \$ 2.500.00

Waireñas (suela de caucho) \$ 250.00-\$600.00

Waireñas(suela de cuero) \$ 1.000.00

Shiiras \$ 5.000.00

Mantas \$ 2.000.00 - \$ 10.000.00

#### 1.6. Competencia

Aunque Colombia es un país rico en producción artesanal podemos considerar como competencia directa de las artesanías guajiras, las producidas en las siguientes regiones del país

Magdalena y Cesar : Mochilas



Bolívar : Hamaca ( grande, doble bordada y a rayas )

Mochilas y Bolsos

Vichada, Vaupés, Guainía y Amazonas : Hamacas y Mochilas

Cundinamarca y Boyacá : Mochilas

## 2. OBJETIVOS E HIPOTESIS

### 2.1. OBJETIVO GENERAL

Encontrar nuevas oportunidades de mercadeo para las artesanías guajiras.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar un análisis de precios entre las artesanías guajiras y las producidas en otras regiones del país. *(Solo hilo y tela?)*

- Detectar los medios publicitarios y los esfuerzos promocionales utilizados actualmente por los artesanos en Colombia.
- Conocer el QUE, COMO, CUANDO, DONDE, Y POR QUE los prospectos comprarían artesanías guajiras

### 2.3. HIPOTESIS

- La poca orientación mercadológica que tienen las asociaciones, cooperativas y federaciones artesanales, conllevan a la no utilización de medios publicitarios y a la escasez de esfuerzos promocionales.
- Las características de originalidad en el diseño y la exclusividad ( producción contra pedido ), conque se fabrican las artesanías guajiras inducen a que éstas sean las más costosas (mayor Precio) en el mercado.
- Las mayores desventajas competitivas que tienen las artesanías guajiras en el mercado son su elevado costo y la no utilización adecuada de los canales de distribución.

- Los compradores potenciales de las artesanías guajiras harán un mayor requerimiento de aquellos productos que tiene un menor precio.
- Los lugares preferidos para la compra de artesanías guajiras serán los almacenes especializados en la venta de ellos y la razón de compra en ese lugar será la facilidad de encontrar allí otros productos similares.
- La probabilidad de compra de artesanías guajira será poca debido al desconocimiento de las características de los productos y a la escasa probabilidad de estar en contacto directo con ellos.
- Los períodos de compra de los chinchorros y hamacas serán largos ( 1-2años ) por su durabilidad y pertenecer a la categoría de producto suntuario; y cortos en los demás por su uso continuo y relativo bajo costo.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1. INFORMACION SECUNDARIA

Los datos concernientes a precios , publicidad y promoción se obtienen directamente de los distribuidores de artesanías y de las asociaciones que tienen relación directa con este sector.

#### 3.2. INFORMACION PRIMARIA

Esta información se obtiene a partir del diligenciamiento de un formulario dirigido a las personas que cumplen con los requisitos para poder ser consideradas usuarias potenciales de las artesanías guajiras

##### 3.2.1. Formulario a usuarios potenciales.

#### ARTESANIAS GUAJIRAS

#### FORMULARIO USUARIOS POTENCIALES

INFORMACION GENERAL

DIA	MES	AÑO	E. Nº

NOMBRE DEL ENCUESTADO \_\_\_\_\_ OCUPACION \_\_\_\_\_  
DIRECCION \_\_\_\_\_ TELEFONO \_\_\_\_\_ SEXO \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_  
NACIDO EN \_\_\_\_\_ ENCUESTADO POR \_\_\_\_\_ CIUDAD \_\_\_\_\_

1. CONOCE USTED ARTESANIAS ( HILO Y TELA )

1.1. SI \_\_\_\_\_ 1.2. NO \_\_\_\_\_ DE POR TERMINADA LA ENCUESTA

2. QUE PRODUCTOS Y DE QUE REGIONES CONOCE USTED ARTESANIAS (HILO Y TELA )

REGIONES PRODUCTOS	TAYRONA	GUAJIRA	BOLIVAR	ANTIOQUIA	CUNDI	BOYACENSE	MOTILONA	NARIÑENSE	OTRA(S) CUAL(ES)					
HAMACAS														
RUANAS														
MANTAS (VESTIDOS)														
MANTAS (DORMIR)														
SOMBREROS														
CAMISAS														
CHANCLETAS														
BLUSAS														
WAIREÑAS														
PONCHOS														
MUCHILAS														
COTIZAS														
CHINCHORROS														
CHALECOS														
SUETERES														
OTROS CUAL (ES)														

SI MENCIONA ARTESANIAS GUAJIRAS OMITA LA PREGUNTA Nº 3

SI NO MENCIONA LA REGION GUAJIRA HAGA LA PREGUNTA Nº 3

3. CONOCE UD PRODUCTO(S) ARTESANAL(ES) GUAJIRO(S) (HILO Y TELA)?

3.1 SI \_\_\_\_ CUAL (ES) \_\_\_\_\_

3.2 NO \_\_\_\_ (OMITA LAS PREGUNTAS 5-6-15-16-17-18-19-20-21)

4. HA COMPRADO UD ARTESANIAS (HILO Y TELA )

4.1 SI\_\_\_ REGIONES PRODUCTOS

_____	_____
_____	_____
_____	_____

4.2 NO\_\_\_

SI CONTESTA ARTESANIAS GUAJIRAS DE POR TERMINADA LA ENCUESTA

SI CONTESTA NO, DESPUES DE DAR EL PORQUE, DE POR TERMINADA LA ENCUESTA

SI RESPONDE SI Y NO MENCIONA ARTESANIAS GUAJIRAS HAGA LA PREGUNTA 5

5. HA COMPRADO UD ARTESANIAS GUAJIRAS (HILO Y TELA)?

5.1 SI\_\_\_ DE POR TERMINADA LA ENCUESTA :

5.2 NO\_\_\_ POR QUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. LE HAN REGALADO ARTESANIAS GUAJIRAS (HILO Y TELA)

6.1 SI\_\_\_ DE POR TERMINADA LA ENCUESTA

6.2 NO\_\_\_

7. CUALES CONSIDERA UD QUE SON LAS CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE  
LOS PRODUCTOS DE ESAS REGIONES?

PRODUCTOS	REGIONES	CARACTERISTICAS
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

8. QUE LO HA MOTIVADO A COMPRAR ARTESANIAS (HILO Y TELA)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. PARA QUIEN HA COMPRADO UD ARTESANIAS (HILO Y TELA)  
PRODUCTOS

9.1 USO PROPIO \_\_\_\_\_

9.2 ESPOSO(A) \_\_\_\_\_

9.3. HIJO(A) \_\_\_\_\_

9.4. AMISTADES \_\_\_\_\_

9.5. FAMILIARES \_\_\_\_\_

10. CUANDO COMPRO ARTESANIAS (HILO Y TELA) LA ULTIMA VEZ, QUE PRO  
DUCTOS, REGIONES Y CUANTOS ?

10.1. 0-1 AÑO \_\_\_\_\_

10.2. 1-2 AÑOS \_\_\_\_\_

10.3. 2-3 AÑOS \_\_\_\_\_

10.4. MAS DE 3 AÑOS \_\_\_\_\_

SI CONTESTA ENTRE 0-1 AÑO HAGA LA PREGUNTA 11 EN CASO CONTRARIO O-  
MITALA.

SI CONTESTA MAS DE 1 AÑO HAGA LA PREGUNTA Nº 12

11. CUANTAS VECES COMPRO UD ARTESANIAS (HILO Y TELA) DURANTE EL UL  
TIMO AÑO ?

11.1. UNA VEZ \_\_\_\_\_ 11.2. DOS VECES \_\_\_\_\_ 11.3. TRES VECES \_\_\_\_\_

11.4. OTRO(S) \_\_\_\_\_ CUANTAS VECES \_\_\_\_\_

12. POR QUE NO HA VUELTO A COMPRAR ?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

13. DONDE COMPRA UD LAS ARTESANIAS ?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

14. POR QUE COMPRA ARTESANIAS (HILO Y TELA) EN ESE SITIO ?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

15. HA INTENTADO UD COMPRAR ARTESANIAS GUAJIRAS (HILO Y TELA) ?

15.1. SI \_\_\_ CUAL(ES) PRODUCTO(S) \_\_\_\_\_

15.2. NO \_\_\_ POR QUE? \_\_\_\_\_

SI CONTESTA SI HAGA LA PREGUNTA Nº16, SI CONTESTA NO PASE A LA PREGUNTA Nº 17

16. POR QUE NO COMPRO?

17. QUE LO MOTIVARIA A COMPRAR ARTESANIAS GUAJIRAS (HILO Y TELA) ?

18. LE GUSTARIA A UD COMPRAR ARTESANIAS (HILO Y TELA) ?

18.1. SI \_\_\_ QUE PRODUCTO(S) \_\_\_\_\_

18.2. NO \_\_\_ NO \_\_\_ DE POR TERMINADA LA ENCUESTA

19. EN QUE LUGAR LE GUSTARIA COMPRAR ARTESANIAS GUAJIRAS ?

20. QUE PROBABILIDAD CREE UD QUE TIENE DE COMPRAR ARTESANIAS GUAJIRAS (HILO Y TELA) ?

20.1. MUY PROBABLE \_\_\_ 20.2. PROBABLE \_\_\_ 20.3 MED. PROBABLE \_\_\_

20.4. POCO PROBABLE \_\_\_ 20.5. NO PROBABLE \_\_\_

21. QUE REQUISITOS EXIGIRIA UD DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES GUAJIROS (HILO Y TELA) PARA ADQUIRIRLOS ?

OBSERVACIONES \_\_\_\_\_



#### 4. PROCESO DE MUESTREO

##### 4.1. DEFINICION DE LA POBLACION

###### 4.1.1. Elementos de muestreo

Hogares

###### 4.1.2. Unidad de muestreo

Personas de sexo femenino y masculino mayores de 18 años pertenecientes a las clases socioeconómicas media y alta.

###### 4.1.3. Alcance

Riohacha, Santa Marta, Barranquilla y Bogotá.

###### 4.1.4. Tiempo

11 de agosto de 1986 - 11 de noviembre de 1986

##### 4.2. Cálculo matemático del tamaño de la muestra

Por no estar definido el número de clientes potenciales de las artesanías guajiras, hacemos uso de la siguiente fórmula estadística :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

n=?

Z= 0.675    P=50%    Q=50%    E= 2.5%

n= Tamaño de la muestra

Z= Referencia tipificada

P= Probabilidad de ocurrencia de compra futura de artesanías guajiras

Q= Prob. de no ocurrencia de compra de artesanías guajiras.

E= Error muestral

$$n = \frac{(0.675)^2 (0.5) (0.5)}{(0.025)^2}$$

n = 182 encuestas

#### 4.3 PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

Muestreo por criterio

#### 4.4 MARCO MUESTRAL

Riohacha	40 encuestas
Santa Marta	51 encuestas
Barranquilla	51 encuestas
Bogotá	40 encuestas

