



Proyecto: Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal del departamento de Amazonas

Artesanías de Colombia - Fundación Etnollano

Convenio de Prestación de Servicios ADC-2014-231

Estudio de mercado El Encanto Amazonas

ELABORADO POR:

Asesor Comercial: Emilia Atuesta
Entidad: Fundación Etnollano

Bogotá D.C. Diciembre de 2014



**AMAZONAS
EL ENCANTO**
Asesor Comercial: Emilia Atuesta
Entidad: Fundación Etnollano

1. Introducción

La artesanía indígena tiene procesos de fijación de precios diferentes de comunidad en comunidad y de artesano en artesano. Los procesos de fijación de precios suelen ser subjetivos y variables. En general, el costeo básico no contiene variables importantes que deben ser tenidas en cuenta a la hora de establecer precios. En muchos casos, los procedimientos de costeo por tiempo y cantidad de material, suelen generar precios muy altos, ya que la concepción del tiempo de trabajo de las comunidades indígenas es diferente y no en todos los casos, constante. La artesanía se consolida, en la mayoría de los casos como una alternativa productiva y no como un trabajo de tiempo completo, llevando a que la medición del tiempo invertido sea dificultosa. Adicionalmente el tiempo invertido en la producción artesanal es muy alto y si se transfiere directamente al valor de un jornal, suele resultar en precios muy elevados que se salen de los parámetros reales del mercado, convirtiendo las piezas artesanales en productos inasequibles. En cuanto al material utilizado, en algunos casos este es comprado por los artesanos, facilitando el costeo, sin embargo, en muchos casos es recolectado dificultando la valoración del mismo. Por estas razones, es importante poder desarrollar una estrategia de fijación de precios adecuada a la dinámica real de la producción artesanal que permita valorar el tiempo del artesano y el material utilizado y que al mismo tiempo se adapte a las condiciones reales del mercado artesanal.

2. Fijación de Precios Actual

A partir del trabajo de campo, con los diferentes grupos de artesanos, se hizo evidente la subjetividad y variabilidad en la fijación de precios. Pocos grupos tienen un listado de precios y medidas consolidadas y suelen modificar los precios según el cliente y el momento particular de compra. De alguna manera, el precio varía no solamente de un grupo a otro o de un artesano a otro, sino que un mismo artesano puede vender la misma pieza en un precio más bajo como resultado de un momento particular de necesidad. Esto es expresado por los artesanos como uno de los mayores problemas a la hora de vender artesanía. Muchos de ellos consideran que los clientes, en muchos casos comercializadores, se aprovechan de los momentos de necesidad, ofreciendo

poco dinero por su trabajo. A raíz de esta situación, los artesanos se ven obligados a entregar su trabajo por debajo del precio establecido para satisfacer una necesidad urgente.

Más allá de estas situaciones particulares, los grupos de artesanos ponen los precios de manera individual para las ventas locales y sólo, en algunos casos, se ponen de acuerdo para participaciones en ferias o pedidos. Los artesanos de la comunidad de Macedonia, expresan la necesidad de ponerse de acuerdo en los precios para no competir entre ellos, pero afirman que ha sido un proceso difícil por su naturaleza subjetiva. En el kilómetro 6, el grupo de artesanos ha definido unos precios específicos para la venta en la maloca, pero en muchos casos venden las piezas a precios más bajos en sus casas, atrayendo clientes a estos espacios y disminuyendo las ventas colectivas. Estas y otras situaciones, son expresadas por los grupos como dinámicas que generan dificultades para las ventas y en la mayoría de los casos están motivados a trabajar para superarlas, aunque en la vida práctica sea difícil.

Cuando los grupos se ponen de acuerdo para poner precios, tienen en cuenta diferentes variables importantes del trabajo artesanal. En algunos casos se menciona la importancia del *costo de transporte* y se consideran los *precios de productos similares* hechos por ellos mismos y por la competencia. Así mismo, se tiene en cuenta una idea de la *cantidad de material gastado* y del *tiempo invertido*. Sin embargo, en general es un proceso intuitivo en donde los artesanos combinan las variables, generando un número “mágico” que pocos pueden sustentar con datos. Este proceso intuitivo, debe ser tenido en cuenta en la estrategia de fijación de precios, ya que aunque no se puedan descomponer las operaciones internas y mezclas de variables, el resultado en términos de precio parece ser homogéneo entre los grupos. En otras palabras, los artesanos conocen el mercado interno y tienen la capacidad de ponerle precios a sus productos.

Con respecto a los precios externos, es un proceso que genera más dificultad por la falta de conocimiento de los mercados y por consiguiente, debe ser trabajado a más profundidad para asegurar, que los precios establecidos no solo sean pertinentes para el mercado y sus dinámicas, sino que además generen ganancias reales para el artesano, teniendo en cuenta los costos de transporte, exhibición y ventas adicionales.

3. Estrategia de fijación de precios

Según el análisis anterior se determinó un listado de las variables que deben ser tenidas en cuenta a la hora de fijar precios, separadas en variables para uso local, y variables adicionales para precios externos. La jerarquización de las mismas puede depender de las condiciones de producción y ventas particulares de cada comunidad, sin embargo es posible proponer una estrategia estandarizada para ser aplicada en las ocho comunidades pertenecientes al proyecto.

Variables a considerar:

Variables Locales:

- Ganancia deseada: Esta es una variable muy importante ya que hace referencia a los procesos intuitivos de los artesanos y le da importancia a la valoración personal (o colectiva) que los artesanos tienen de su trabajo. De alguna manera, cada artesano está en capacidad de definir cuánto considera que es la ganancia que debe recibir por su trabajo, con la cuál se siente tranquilo, sin ninguna presión externa.
- Cantidad de material utilizado: En algunos casos los artesanos conocen el valor real del material utilizado para elaborar la artesanía porque lo compran directamente. En los casos de recolección del material, esta variable se consolida como un elemento comparativo en cuanto a la diferencia entre cantidad de material utilizada entre productos. Se puede generar una escala de uso de material que determina un aumento o disminución en el precio del producto y genera similitud en los precios entre productos de tamaños parecidos.
- Tiempo invertido: Esta variable se consolida, al igual que la anterior, como un elemento que permite la comparación entre objetos en otra escala diferente. Aunque el tamaño del objeto sea el mismo, el detalle de elaboración aporta a una modificación en el precio. Como se mencionó anteriormente, la medición real de tiempos es imprecisa, sin embargo se pueden hacer aproximaciones que definan la escala y influyan en el precio.
- Valor Cultural/Técnico/ Innovación: No todos los valores que se suman al precio del producto son tangibles, es importante tener en cuenta un incremento cuando los productos contienen valores culturales, técnicas especiales o factores de innovación. Estos componentes generan un valor percibido más alto que se puede ver reflejado en el precio.
- Precios de productos similares: Esta variable permite situar el producto en un mercado real. Es importante poder hacer comparaciones no sólo entre productos del grupo sino también con productos de otros artesanos o grupos. Según esto, se tendrá que evaluar la concordancia de precios internos con respecto a las variables anteriores y también hacer una comparación de precios con otros productos vendidos en el mismo mercado.

Variables para precios externos:

- Costo de Transporte: Se deben tener en cuenta los costos reales de poner el producto en el espacio de ventas. Esto implica costos internos de transporte a las cabeceras municipales, así como costos de transporte a otros lugares del país. Para

esto, es esencial tener en cuenta las economías de escala en relación con el peso de las piezas (en algunos casos el volumen también puede influir).

- Costo de Exhibición: En esta variable se incluyen los costos de materiales visuales como etiquetas, catálogos, tarjetas de presentación, etc, que deben ser tenidos en cuenta dentro del precio del producto. Adicionalmente se debe conocer el costo del stand de exhibición y del personal de ventas. Aunque en muchos casos, estos costos son financiados por agentes externos, se hace importante considerarlos , para poder proyectar la sostenibilidad de la actividad artesanal a largo plazo.
- Capacidad Adquisitiva de clientes: Para esta variable hay que tener un conocimiento del mercado al cual está dirigida la artesanía y la capacidad de compra de los clientes en relación con el valor percibido de la artesanía.
- Precios de productos similares: Esta variable parte de la misma base de la expuesta en variables locales, sin embargo aumenta la gama de comparación incluyendo productos de otras regiones que puedan estar presentes en el mismo mercado. Para esto, es esencial tener un conocimiento del mercado al cual va dirigido.
- Comisiones e impuestos: Para las ventas externas en algunos casos hay que considerar el valor del IVA (16%) si se está facturando. Adicionalmente el pago con tarjetas puede generar comisiones del 4%- 7% que deben ser tenidas en cuenta para no generar pérdidas por parte de los artesanos.

Escalas para incluir variables no monetarias:

Cantidad de Material Utilizado:

- A. Se conoce el valor real del material comprado:
 - Incluir el número como un costo dentro de la matriz (Si se compra en cantidades mayores se divide el valor por la cantidad de la misma piezas que se puede hacer con el material comprado)
- B. Se recolecta el material:
 - En una escala de 1-10 donde 1 es el objeto más pequeño que hace el artesano y 10 es el más grande, ubicar el objeto a evaluar.
 - Determinar un valor aproximado del costo del material para hacer el objeto más grande. A cuánto vendería el artesano a otro artesano esa cantidad de material sin trabajar?
 - Dividir este valor en 10 para determinar el valor unitario
 - Multiplicar el valor unitario por el número del posicionamiento en la escala.
 - Introducir este valor en la matriz.

Tiempo Invertido:

- En una escala de 1-10 donde 1 es el objeto que se hace más rápidamente y 10 es el objeto que más se demora en hacer el artesano, ubicar el objeto a evaluar.
- Determinar un valor aproximado del costo del tiempo para hacer el objeto más demorado. Cuanto le cobraría el artesano a otra persona sólo por hacer el objeto que más demora, si le fueran entregados los materiales, diseño y herramientas?
- Dividir este valor en 10 para determinar el valor unitario
- Multiplicar el valor unitario por el número del posicionamiento en la escala.
- Introducir este valor en la matriz.

Valor Cultural/Técnico/ Innovación:

- Determinar si el producto tiene algún valor agregado o diferenciador.
Ej. Tintes naturales / puntadas tradicionales / detalles de talla / referentes (culturales/naturales) / Formas tradicionales / Símbolos
- Contar el número de valores a incluir
- Multiplicar el dígito por 10% e incluirlo en la matriz.

Costo de Exhibición:

- El costo de exhibición es un valor que puede variar de grupo a grupo y la distribución por pieza artesanal dependería del conocimiento de la producción total a llevar, disminuyendo en cuanto mayor sea la producción. Para solucionar esto, se tomará en cuenta un supuesto de producción ideal para Expoartesanías y un supuesto de costo de participación que servirán para sacar un porcentaje aproximado de incremento.
- Supuesto de producción: \$20.000.000
- Supuesto de costo: \$4.000.000
- Según estos supuestos se aumentará el precio del producto en un 20%

Clientes:

- Esta variable es importante, ya que la capacidad adquisitiva de los clientes puede tener una influencia en el precio final. Sin embargo, para este ejercicio será simplemente un factor a tener en cuenta si el precio final está por debajo de la ganancia deseada del artesano, brindando la posibilidad de un aumento adicional para Expoartesanías 2014.

Precios de productos similares:

- Esta es una variable de comparación, que al igual que la anterior, servirá para hacer ajustes finales al precio si es necesario. Si se constata que los precios de productos similares es más alto, se podrá hacer un ajuste hacia arriba y viceversa,

asegurándose que el precio seleccionado sea acorde al mercado al cual se va a acceder.

Comisiones e impuestos:

- Se hará un aumento del 16% en el precio para considerar el IVA y finalmente, si el cliente paga con tarjeta, se le subirá el 7% para cubrir las comisiones.

4. Matriz

A continuación se presenta la matriz diseñada para ingresar los datos construidos a partir de las variables y poder definir un precio aproximado para las piezas (se adjunta formulada en Excel).

VARIABLES	DESCRIPCIÓN		COSTO
Productos	<i>Nombre del producto</i>		
	<i>Cuanto considera el artesano que debe costar su producto?</i>		
Ganancia deseada			\$0
Productos Similares	<i>Nombre de productos similares locales</i>		<i>Precio de productos similares locales</i>
PRECIO PROMEDIO			\$0
	<i>Valor base</i>	<i>Número de escala</i>	
Material			\$0
Tiempo			\$0
COSTO DIRECTO			\$0
	<i>Número de valores considerados</i>		
Valores			0%
PRECIO LOCAL			\$0
Transporte	<i>Precio kilo</i>	<i>Peso</i>	
			\$0

	COSTO TRANSPORTE	\$0
Exhibición	Supuesto: 20%	20%
PRECIO EN BOGOTÁ		\$0
IVA	16%	16%
Comisiones Tarjetas	7%	7%
PRECIO FERIA		\$0

Una vez introducidos los datos en la matriz, se contará con tres precios diferentes para hacer comparaciones y tomar decisiones. El primero, es la ganancia deseada del artesano, que funciona como una medida importante del precio mínimo al que se debe vender el producto. Este debe ser comparado con los precios de productos similares para asegurarse de que no esté muy por encima y si lo está comprobar si se puede justificar este aumento en el precio con algún valor agregado. El precio de productos similares sirve como una medida del mercado, que va ayudar a conocer cuánto están los compradores dispuestos a pagar por el producto. Sin embargo, este número no es determinante, ya que en muchos casos, los productos similares pueden tener precios bajos en el mercado por una falta de valoración de los mismos que es uno de los factores que se quiere contrarrestar. Finalmente están los precios (Locales / en Bogotá / En Feria) según un costeo aproximado, valorando el tiempo, el trabajo y los valores agregados. Ninguno de los tres precios es definitivo, se convierten más bien en elementos que se puede utilizar como herramientas de evaluación en conjunto para poder tomar decisiones y definir un precio que tenga en cuenta todas las variables.

5. Listado de Productos y Precios para Expoartesanías

A continuación se presenta un listado de los productos desarrollados en el marco del proyecto y aprobados por Artesanías de Colombia El precio base externo fue definido a partir de las variables presentes en la matriz de fijación de precios. Se incluyen adicionalmente, los precios con la adición del IVA y con un aumento para cubrir los costos de las comisiones que se descuentan por pagos con tarjetas.

Producto	Precio Base Externo	Precio Iva 16%	Precio Comisiones 7%
Hamaca cumare tejido hembra long 293 cm colores café, morado, amarillo, crudo	\$80,000	\$92,800	\$99,000
Hamaca cumare tejido hembra long 302 cm colores natural, vinotinto, amarillo	\$80,000	\$92,800	\$99,000
Canasto guarumo y cumare 35 x 35 x 25 cm colores naranja y amarillo	\$60,000	\$69,600	\$74,000

Hamaca cumare tejido macho long 236 cm colores crudo, café, amarillo, naranja, azul,verde	\$60,000	\$69,600	\$74,000
Hamaca cumare tejido macho long 250 cm colores crudo	\$80,000	\$92,800	\$99,000
Hamaca cumare tejido macho long 225 cm colores crudo, café, azul, anarnjado, amarillo, vinotinto	\$80,000	\$92,800	\$99,000
Bandeja Cumare bejuco color crudo, rojo	\$35,000	\$40,600	\$43,000
Tinaja yaré altura 17 cm, ancho 33 cm, largo 32 cm color crudo	\$30,000	\$34,800	\$37,000
Panera cumare rollo color amarillo, negro	\$35,000	\$40,600	\$43,000