PRODUCTOS ARTESANALES A BASE DE LA FIBRA NATURAL (FIQUE) Y SU COMERCIALIZACIÓN

AUTORES:
RITO ANTONIO GONZÁLEZ PRIETO
LUIS CARLOS MENDOZA
CARLOS FERNANDO NIÑO NIÑO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADOS
ESCUELA DE CIENCIAS E INGENIERÍA
BUCARAMANGA
2005

PRODUCTOS ARTESANALES A BASE DE LA FIBRA NATURAL (FIQUE) Y SU COMERCIALIZACIÓN

PROYECTO DE GRADO

ASESOR
HOLGER VELANDIA
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADOS
ESCUELA DE CIENCIAS E INGENIERÍA
BUCARAMANGA

2005

Nota de Aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bucaramanga 28 Noviembre 2005
Dedicatoria:

A todas esas manos que cada día siembran el futuro y tejen el presente

AGRADECIMIENTOS:

Te agradecemos a ti Dios por ser nuestro aliento en los momentos de mayor dificultad, por brindarnos cada día la oportunidad de ser mejores y por tantas cosas que solo tu las sabes.

A ustedes padres , madres y hermanos por siempre estar ahí incondicionales

A aquellos docentes que nos guiaron durante una etapa muy importante de nuestras vidas y que siempre nos motivaron a ser mas.

RITO ANTONIO GONZÁLEZ PRIETO

LUIS CARLOS MENDOZA

CARLOS FERNANDO NIÑO NIÑO

TABLA DE CONTENIDO

Pag

JUSTIFICACIÓN 10

1.PROBLEMA DE MERCADEO 14

1.1 CONTEXTO AMBIENTAL 14

1.1.1 Económico 15

1.1.2 Social 15

1.1.3 Tecnológico 16

2. OBJETIVOS 17

2.1 Objetivo General 17

2.2 Objetivo Específicos 17

3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 18

4. MARCO REFERENCIAL 20

4.1 Marco teórico 20

4.1.1 Logística 20

4.1.2 Canales de comercialización 20

4.1.2.1 Estructura de los canales de comercialización 20

4.1.2.2 Análisis de los canales de Distribución 21

4.1.2.3 Elección de la tienda y la marca 22

4.1.2.4 Modelo Analítico 23

4.1.3 Competidores 24

4.1.4 Investigación Cualitativa 25

4.1.5 Investigación cuantitativa 26

4.2 MARCO HISTORICO 26

4.3 MARCO CONCEPTUAL 28

4.3.1 Tendencia 29

4.3.2 Análisis del consumidor 30

4.3.3 Costos 31

4.3.3.1 Hilado 31

4.3.3.2 Empaques artesanales 31

4.3.3.3 Artesanía decorativa 33

5. ESTADO ACTUAL 34

5.1 MARCO CIENTÍFICO 34

5.2 MARCO TECNOLÓGICO 37

5.2.1 Proceso productivo y de beneficio 37

6. DISEÑO METODOLÓGICO 45

6.1 TIPO DE ESTUDIO 45

6.1.1 Investigación cualitativa 46

6.1.2 Investigación cuantitativa 46

6.2 PROCEDIMIENTO DE MEDICIÓN 47

6.3 DISEÑO MUESTRAL 48

6.3.1 Definición de la población meta 48

6.3.2 Definición de marco de la muestra 49

6.3.3 Técnica de muestreo 49

6.3.4 Tamaño de la Muestra 50

6.3.5 El proceso de muestreo 50

7. RECURSOS DISPONIBLES 52

8. ANÁLISIS DE LOS DATOS 53

8.1 ANÁLISIS MÉTODO DE OBSERVACIÓN. 53

8.2 ANALISIS DE LOS SUJETOS 54

8.3 ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO 71

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 76

BIBLIOGRAFIA 78

CRONOGRAMA 79

ANEXOS 80

JUSTIFICACIÓN

Mediante esta investigación se dará a conocer todo lo relevante a la producción, distribución y venta de los diferentes productos artesanales procedentes de la fibra natural (FIQUE) en el departamento de Santander.

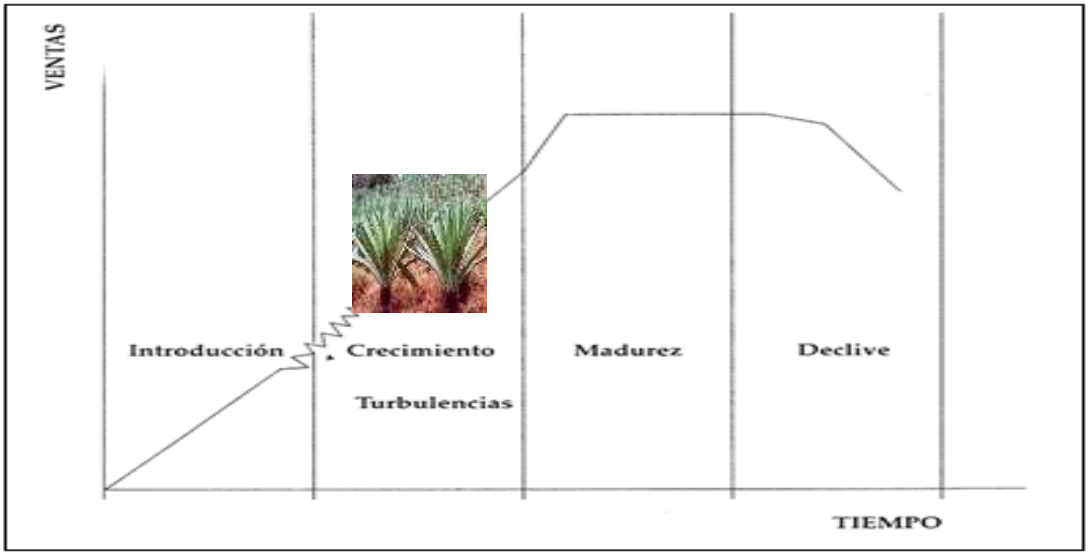
Reconocer la fuerza de los productos naturales y más aun los que son fabricados a mano; nos han dado la iniciativa para proceder a una investigación referente a lo ya mencionado. Para así promover este negocio dando respuesta a las necesidades de las empresas del sector e instruyendo con claridad cuales son las oportunidades de estos productos en el mercado regional.

Los cambios en el estilo de vida y la competencia de productos industriales han limitado el uso de las artesanías tradicionales, con peligro de que desaparezcan. Sin embargo, gracias a los mercados abiertos y las nuevas tecnologías, el contacto del consumidor con otras culturas brinda posibilidades de elevar la demanda; Los artículos tradicionales se caracterizan por su sostenida demanda, dada su alta capacidad de producción y precios competitivos.

Por su parte, los artículos contemporáneos tales como: individuales, portavasos, tapetes, bolsos, mochilas, alpargatas, paneras, cinturones y lámparas; constituyen un nicho con gran proyección comercial en mercados externos e internos, principalmente con consumidores jóvenes que buscan el producto diseñado por su utilidad. Estos utilitarios o funcionales deben ser elaborados pensando en su función, con exigencias de tratamiento de materiales, formas, acabado y estándares de medidas. Dentro de esta misma línea están los artículos ornamentales, dirigidos a un consumidor que busca una forma individual de expresión, de una forma un poco más modesta que las que podrían tener las obras de arte.

Algo que no se puede pasar por alto son los nuevos competidores ya que estos cuentan con unas características que les permiten acceder al diseño de mas productos artesanales. Por lo tanto el fique como tal se caracteriza por dejar una pequeña rentabilidad positiva (sin valores agregados) que debe reinvertirse, en su totalidad, para financiar el crecimiento y los esfuerzos técnicos, comerciales y de comunicación propias de la empresa y aun más el desarrollo de una región.

Ciclo de vida de los productos a base de fique



Fuente: Autores del proyecto

Se considera el fique en etapa de crecimiento ya que es un producto novedoso, el cual tiene ascenso vertical a las ventas[1], puede alcanzar elevados porcentajes en su mercado potencial, se perfecciona diariamente su proceso de fabricación, la empresa realiza esfuerzos notables para aumentar su producción.

La mayor parte de la actividad fiquera en el país se desarrolla en sitios donde la tierra no es muy buena y cuya marginalidad económica es notoria, por lo que el empleo generado ayuda a la economías regionales[2], y genera la utilización adecuada de áreas marginales para la explotación agroindustrial.

Según cálculos del Observatorio de Agrocadenas el empleo generado por este cultivo es en su gran mayoría para las actividades agrícolas, participando en el 2001 dentro del sector agroproductivo con el 0.6% –alrededor de 9.719 empleos–, y estableciendo una tasa de crecimiento negativa anual (–0.1%) para el período 1987-2001, lo que puede explicarse por la reducción del área cultivada y el florecimiento de muchas plantas, principalmente en Cauca y Nariño.

[1] Informe del Sistema de Información para el Desarrollo Tecnológico -SIDETEC- en su revista Región Competitiva de julio del 2004.
[2] Se calcula que entre 50.000 y 70.000 familias dependen económicamente del fique.

Es importante resaltar que estos datos son calculados[3] sobre la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) del DANE y en ésta no se considera la participación de las industrias con menos de 10 empleados, lo que para efectos del subsector fiquero da una visión parcializada pues en éste predominan las famiempresas, microempresas y Pymes[4].

Por tonelada de cabuya procesada se emplean 70 jornales; así, en los últimos 28 años se han perdido 1.988.000 jornales, esto sin contar las ruecas y telares artesanales que se han ido cerrando. Si valorizamos este número de jornales según el salario mínimo del 2003 (incluyendo prestaciones sociales), la economía campesina ha dejado de percibir 22.000 millones de pesos. La industria también ha reducido el número de empleados, estimándose que 1.500 puestos permanentes han quedado cesantes.

El fique es un cultivo de pequeños agricultores con baja capacidad de reinversión; los ingresos recibidos se destinan al sostenimiento familiar principalmente. El cultivo es importante para la economía de las familias campesinas ya que genera ingresos permanentes durante todo el año, involucra a toda la familia y tiene mercado permanente para la materia prima.

Por ende la necesidad de evaluar nuevas alternativas frente a estas estimaciones ya que se demuestra la dependencia (siembra) de una gran cantidad de personas que se dedican al sector fiquero, dichas actividades son en las cuales el fique puede obtener valores agregados, para nuestro caso la producción, diseño y comercialización de artesanías a base de la fibra natural fique.

Además de todo lo propuesto encontramos que de la planta sólo se utiliza un 4% que es fibra; el otro 96% se desecha porque se desconocen sus innumerables usos y Colombia produce cerca de treinta mil toneladas de fique al año, principalmente en los departamentos[5] de Cauca, Nariño, Santander y Antioquia, cantidad que a medida que el tiempo transcurre el plástico, principal sustituto ha

---

[3] Datos reportados por el Ministerio de Agricultura y el DANE, publicados por el IICA, *Memo Agrocadenas*, No. 5, agosto 6 de 2002.

[4] Según lo determinó León Zamosc, investigador sobre fique, éste es uno de los pocos casos en Colombia, en el que una materia prima para la industria es producida por pequeños campesinos y no por empresarios agrícolas.

[5]informe del Sistema de Información para el Desarrollo Tecnológico -SIDETEC- en su revista Región Competitiva de julio del 2004

desplazado esta cantidad a niveles cada vez menores, repercutiendo en los ingresos de las personas que se dedican a esta humilde labor.

La provincia Guanenta de Santander ha sido líder en el cultivo y desarrollo de la industria artesanal con fibra de fique, ubicando al departamento en el tercer lugar en participación de la superficie cosechada y producción y en el cuarto puesto en rendimiento a nivel nacional.

1. PROBLEMA DE MERCADEO

¿De que manera el desconocimiento de los productos artesanales de la fibra natural fique afecta su comercialización en la ciudad de Bucaramanga?

1.1 CONTEXTO AMBIENTAL

En el mundo se está desarrollando, de manera creciente y sostenida, una demanda de productos manufacturados obtenidos de manera más “limpia”, con menor impacto ambiental e incluso demandas específicas de productos orgánicos, con certificación que avale la no-utilización de químicos en su cultivo.

Es notoria una conciencia generalizada en la población mundial respecto a la necesidad de preservar los recursos naturales: suelos, agua, vegetación y fauna silvestre, aún no intervenidos por el hombre. Sin embargo, para evitar la depredación de dichos recursos y detener la expansión inconveniente de las fronteras agrícolas, se requiere propiciar técnicas alternativas de desarrollo del sector manufacturero con nuevos enfoques que incorporen la dimensión ambiental y los cambios tecnológicos adecuados para mejorar la competitividad, generando cadenas productivas que reciclen, reutilicen y recuperen los subproductos generados en las actividades productivas.

Lo anterior implica una producción intensiva de avanzada tecnología, que demanda conocimientos de las condiciones ecológicas /ambientales, la estructura de los suelos, la dinámica de los nutrientes de las plantas, los enemigos naturales de plagas y enfermedades y las formas adecuadas de manejo de estos y otros factores de la producción.

1.1.1 Económico

Colombia ha sido hasta décadas recientes un país básicamente agrario, con una economía que dependía de manera tradicional del café. Cerca del 27% de la población activa se dedica aún hoy a la agricultura, sobre todo a cultivos como café, banano, algodón, arroz, caña de azúcar y panelera, maíz, papa, sorgo, plátano, entre otros. Ha aumentado la extracción de petróleo, carbón y oro, y se mantiene la producción de esmeraldas.

Todo esto ha ayudado a mejorar el nivel de confianza, lo que se percibe tanto en la respuesta de los consumidores como en los mercados financieros internacionales, donde la deuda colombiana han descendido sustancialmente y los informes de los bancos de inversión destacan hoy a Colombia por el buen manejo de la economía. La contrariedad está en que si bien la percepción de confianza ha mejorado, las fuentes de crecimiento para la economía colombiana están drásticamente restringidas, debido a los factores ilícitos como cultivos, narcotráfico y contrabando de productos, que de manera directa están afectando el desarrollo del país.

1.1.2 Social

A causa del conflicto que se ha generado durante los últimos años en el territorio Colombiano, el país ha sufrido serias transformaciones y sin duda alguna, por esta razón se ve deteriorada la sociedad colombiana, todo esto por la fuerza con la que han irrumpido los grupos violentos, el narcotráfico y los cultivos ilícitos en los últimos años.

Esto constituye el factor que ha generado el mayor incremento de la violencia y delincuencia en el país. La violencia y el narcotráfico no solo perjudicaron a la sociedad y sus instituciones generando corrupción y destruyendo valores, sino que estropearon también a los actores armados cuya financiación proviene crecientemente del negocio de la droga.

Durante los últimos cinco años el crecimiento de cultivos ilícitos se duplicó, ampliando el círculo de la violencia y a su vez reduciendo poco a poco el crecimiento y buen desarrollo de las empresas manufactureras que hacen parte del territorio Colombiano, y por esto es importante resaltar que la sociedad

colombiana está constantemente envuelta en un círculo vicioso del cual cada vez se ve menos librada.

1.1.3 Tecnológico

En los últimos años, los grandes pasos que ha dado la tecnología en Colombia, ha permitido a las empresas que hacen parte del sector industrial desempeñarse a cabalidad en el buen desarrollo de sus procesos productivos, dando salida, no solamente al crecimiento de las mismas, sino al crecimiento rápido del sector industrial manufacturero Colombiano.

Los numerosos avances tecnológicos no solo permiten desarrollar un buen proceso productivo en las empresas, sino capacitar el recurso humano de las mismas, con el fin de generar un excelente desempeño laboral y por ende la gestión empresarial. Estos avances forjan a las industrias fiqueras a permanecer dispuestas al cambio como índice del mejoramiento de mano de obra calificada y manejo de tecnología como maquinaria y equipos especializados para llevar a cabo la transformación de la materia prima (planta de fique) a producto terminado (fique) y así venderlo, resaltando su excelente calidad y la imagen que se pretende reflejar del mismo ante el consumidor final.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General.

Determinar el grado de aceptación de los productos artesanales como: Individuales, portavasos, tapetes, bolsos, mochilas, alpargatas, paneras, cinturones y lámparas, e identificar cual es la tendencia en el diseño de nuevos productos a base de la fibra natural FIQUE en el mercado de Bucaramanga.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar cual es el potencial de la demanda a nivel exploratorio de los productos artesanales a base de la fibra natural (fique) tales como: individuales, portavasos, tapetes, bolsos, mochilas, alpargatas, paneras, cinturones y lámparas.

- Determinar cuales son las percepciones de compra (Precio, Diseño, Calidad, Utilidad, Moda.)de los productos artesanales a base de la fibra natural (fique). Tales como: Individuales portavasos, tapetes, bolsos, mochilas, alpargatas, paneras, cinturones y lámparas.

- Recopilar información para el desarrollo del sector investigativo en Santander sobre productos artesanales realizados a través de la fibra natural (fique).

- Determinar los canales de comercialización para los productos artesanales a base de la fibra natural (fique).

3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio esta apoyado en investigaciones hechas por siguientes universidades y entidades gubernamentales.

- Universidad Autónoma de Bucaramanga estudio para la cooperativa ECOFIBRAS, del municipio de Curitì en el año 2004, como resultado se obtuvieron bases para el plan de mercadeo de ese año.

- Universidad del Valle con sus estudios acerca de los usos del fique como acerca de la construcción, reforzamiento del concreto por medio de las fibras, utilización del fique en el cultivo de champiñones, utilización del jugo proveniente del fique para la producción de hormonas sintéticas esteroidales.

- Al nivel de Santander se encuentran estudios como el desarrollado por Coohilados del Fonce y el Centro de biotecnología Peñaflor el cual pretende seleccionar las mejores plantas y la siembra en el territorio santandereano denominado Producción Masiva de plantas in Vitro. Algo mas relacionado con el propósito del proyecto es la investigación desarrollada por la Universidad Industrial de Santander que tiene por nombre Capacitación de los fiqueros santandereanos para el mejoramiento de las fibras a utilizar en la elaboración de artesanías. Y su objetivo es el proporcionar a los artesanos del fique las herramientas necesarias para mejorar la calidad de sus productos y sus ingresos. La capacitación se centró en la utilización de suavizantes de origen sintético o natural (savila) como reemplazo del sebo de origen animal en el proceso de preparación de la fibra de fique para el escarmenado, garantizando de esta manera obtener un material de mejor calidad y facilitando la labor de manejo de la fibra. Igualmente se desarrolló y transfirió un proceso de manejo y tinción de la fibra de fique (lavado, mordentado, teñido, matizado, reposo y secado, suavizado y escarmenado) que es utilizada para productos artesanales. Fue implementado en el Municipio de Villanueva, departamento de Santander.

- Proyectos desarrollados por Corpoica ejemplo de ellos son la producción masiva de plantas invito, el cual pretende desarrollar plantas libres de la macana y de antracnosis el cual hace parte también de la cadena nacional del fique, en segundo puesto esta Determinación de condiciones agrocologicas, selección de zonas optimas y siembra de fique en municipios del Alto Patia (Nariño).

- Proyecto de ejecutado por ECOFIBRAS (EMPRESA COOPERATIVA DE FIBRAS NATURALES DE SANTANDER LTDA) que lleva por titulo: Proyecto agroindustrial para producción de telas burdas, 100% ecológicas, cambiando los tintes químicos por tintes vegetales y el Colbón industrial por goma natural en la Empresa Cooperativa Ecofibras de Curití, Santander.

- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural : Acuerdo para el Fomento de la Producción y la Competitividad del Subsector Fique. 2004. Se encontraron los siguientes resultados:

  a. Desintermediación de la comercialización.

  b. Sostenibilidad social del cultivo al crearse nuevas fuentes de empleo rural.

  c. Sostenibilidad ambiental del cultivo al no contaminarse las fuentes de agua.

  d. Uso del fique como cultivo agroecológico, protector de suelos, almacenador de agua y del bagazo como fertilizante.

  e. Factibilidad económica y técnica en el uso del jugo de fique con destino a la industria farmacéutica.

- SIDETEC Sistema de Información para el Desarrollo Tecnológico, con sus estudios acerca del los nuevos productos derivados del fique.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

4.1.1 Logística

La logística es un aspecto fundamental en el transporte de las diferentes mercancías. Cuando se habla de artículos de regalo y artesanías esto debe ser tenido en cuenta ya que debido a las características de los productos (fragilidad, tamaño y forma.) requieren de procesos muy cuidadosos. Los productos deben estar muy bien embalados para el transporte, de manera que no se dañen o rompan durante el proceso.

Los empaques deben estar debidamente registrados, esto garantiza que tengan un mejor tratamiento. Cada unidad debe ser bien embalada, protegida y asegurada.

4.1.2 Canales de comercialización

4.1.2.1 Estructura de los canales de comercialización

Los canales de comercialización para las artesanías son muy complejos debido a que están compuestos por actores muy diversos.

Principalmente los exportadores deben tener un agente en el mercado que les sirva como promotor de sus productos y que además conozca el mercado y su dinámica. El importador puede ser el mismo agente u otra persona, que ser la encargada de traer el producto desde el país de origen hasta el mercado. Una vez el producto allí se recurre a un distribuidor, por lo general en el mercado de las artesanías hay dos categorías: aquellas que son de bajo precio y que se venden de manera masiva en almacenes por departamentos. La segunda categoría son las artesanías y artículos de decoración de alto valor agregado, tienen elevados precios y diseños exclusivos, son productos que se venden en tiendas especializadas, detallistas o por pedido a través de ferias y catálogos.

4.1.2.2 Análisis de los canales de distribución

Es importante tener en cuenta que las artesanías requieren de métodos diferentes de mercadeo que los productos de producción masiva.

Participar en eventos y ferias especializadas en artesanías y regalos es a menudo la mejor manera de dar a conocer los productos en la región donde se quieren comercializar. Las ferias especializadas en regalos en general se enfocan en aspectos tales como diseño, manualidades, joyería y accesorios personales, artículos para el comedor y la cocina, artículos para niños y similares.

Tanto la participación en ferias, como la asistencia por parte de los artesanos constituye una experiencia valiosa ya que les permite establecer una red de contactos, a sí como ver como exhiben los productos, cuales son las tendencias y como son los catálogos.

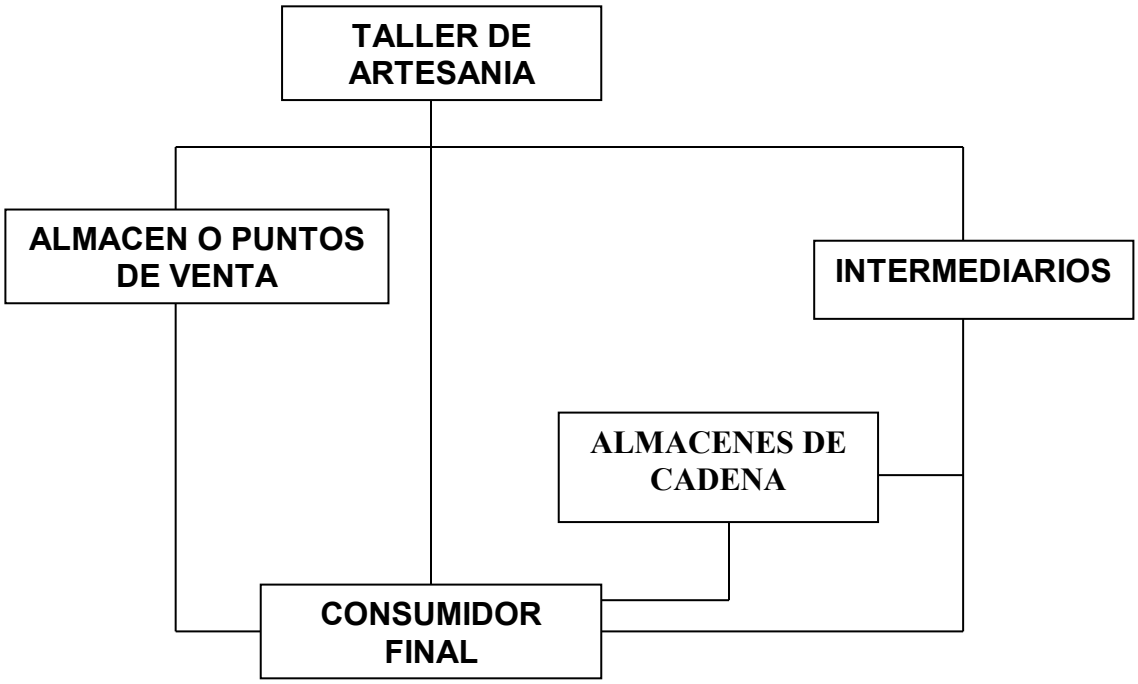
Además de las ferias existen los "Showrooms", o salas de exhibición, donde los productos se muestran por periodos mas largos, sin embargo, cabe resaltar que no todas las exhibiciones están abiertas a los productores, muchas son solamente para los representantes.

El lugar preferido para establecer contactos y hacer negocios para los artículos artesanales son los eventos y las ferias. El método más popular de mercadeo y distribución de artesanías es a través de la venta al detal lo cual se demuestra mediante los resultados obtenidos gracias al desarrollo de esta tesis.

Aunque todavía Internet no es un canal de distribución muy popular entre los consumidores de artesanías, este tiene un gran potencial. Hoy en día muchos artesanos, detallistas y distribuidores poseen sitios en Internet cuyo propósito principal es la publicidad de los productos, mas no las ventas masivas, esto permite dar conocer sus productos al mundo.

Los artículos que mejor se venden a través de Internet son los accesorios de joyería artesanal, cerámica y vidrio.

Cuadro representativo de la comercialización de productos artesanales en Colombia.



Fuente: Cadena Regional del Fique en Nariño

De esta forma se ilustra la falta del posicionamiento de las ferias artesanales dentro de este esquema, dichos Showrooms son de vital importancia como se demuestra en las conclusiones.

4.1.2.3 Elección de la tienda y de la marca:

[6]El despertar de la necesidad establece ciertas prioridades en cuanto a la tienda o tiendas que los consumidores desean visitar. El proceso de toma de decisión sobre la tienda es similar al de la marca, el modelo para la elección de la tienda se referencia en el siguiente modelo.

[6] Mark Mcdaniel , Roger Gates: Investigación de mercados contemporánea cuarta edición.

4.1.2.4 Modelo analítico

El modelo analítico que se va a realizar es el modelo que Henry Assael propone para el estudio del comportamiento de compra[7].

Nuestro cuadro analítico lo queremos dirigir hacia las personas del área metropolitana de Bucaramanga.(ver anexo 2).

- Despertar la necesidad: Las personas del grupo sienten la necesidad de satisfacer una necesidad que en este caso seria la de comprar un producto artesanal ya sea para uso personal o del hogar.

- Toma decisión individual: la persona piensa en la actividad que pueda cubrir las expectativas y decide que le gustaría hacer.

- Toma de decisiones conjunta: Tomar la decisión grupalmente permite mayores posibilidades como la decisión que se va a realizar es llamativa para todos los integrantes de un grupo de amigos o la familia lo van a desarrollar, Son mejores el tiempo que van a compartir, la importancia de pasarla bien y los gastos que se presenten.

- Rol de especificación: Es el papel que desempeñan las personas en la toma de la decisión para disfrutar un momento agradable, puede ser recolectivos que se referiría a las personas que se encargan de recolectar la información sobre las actividades que pueden llegar a hacer para satisfacer su necesidad, otra podría ser el influenciado que es la persona que marca las especificaciones para escoger la actividad. Otros son: el tomador de decisiones, comprador y consumidor.

- Resolución del conflicto*:* Se refiere a los conflictos que se pueden presentar en los miembros del grupo de amigos o de la familia al tomar la decisión y él llegar a resolver este conflicto analizando cuales son las

[7] : Henry Assael Comportamiento del consumidor: 6ta edición

características que debe tener la actividad que van a realizar, las cuales podrían ser:

- La seguridad en que todas las personas que van a ir les guste el sitio donde van a comprar el producto.

- Que todas las personas estén de acuerdo con lo que van a comprar.

4.1.3 Competidores

No hay otra fibra nacional que compita con la de fique y Colombia es el primer productor mundial de esta fibra, pues sólo Costa Rica, Ecuador y Venezuela cuentan con algunas variedades y el estimativo de producción de cada país es alrededor de 1.000 ton/año[8].

El fique tiene dos fibras competidoras directas en los mercados interno y mundial: el yute y el sisal. El yute (*Iliacea*), es una fibra blanda22 reconocida como la fibra natural más producida después del algodón; su costo es bajo pues requiere de pocos aportes, tales como fertilizantes o plaguicidas, y puede llevarse a cabo en pequeñas explotaciones. Es un cultivo de secano anual y de trabajo intensivo, por lo que cada vez su producción se concentra más en Bangladesh, India, China y Tailandia. Se usa para empaque, tela y nuevos desarrollos tales como geotextiles y base de alfombras.

El sisal (*Agave sisalana*), es una fibra dura cuyo mayor productor es Brasil. Su cultivo es realizado por pequeños productores quienes surten a las grandes empresas. El sisal se usa principalmente para cordelería, pues es muy resistente a la tensión; las nuevas aplicaciones (hilaza para alfombras, pasta para papel y compuestos) requieren de entregas regulares y garantizadas por lo que su mercado sigue creciendo. China tiene grandes avances en el desarrollo de productos no tradicionales del sisal tales como cepillos de abrasión, ropa térmica y con el jugo producen hormonas y otros productos farmacéuticos.

Sobre cada una de ellas, la fibra de fique (cabuya) tiene dos grandes ventajas comparativas y competitivas: por una parte, la cabuya no es tan suave como el

[8] Acuerdo para el Fomento de la Producción y la Competitividad del Subsector Fique. 2004

yute, por lo que en cordelería funciona muy bien. Por otra parte, la cabuya no es tan rígida como el sisal, por lo que en empaques funciona muy bien.

El fique también compite con el kenaf (fibra blanda cuyo mayor productor es India) y el abacá (fibra dura cuyo mayor productor es Filipinas) en cuanto a empaque, anteriormente competía con el henequén (fibra dura) pero México –su principal productor– ha perdido interés en la fibra y se ha orientado hacia la utilización de su jugo.

4.1.4 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

[9]Esta investigación tiene por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables mas importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos posteriores y puntualice cual de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa. La finalidad de los estudios exploratorios es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos en una situación.

En esta fase se pretende llegar a conclusiones más detalladas y profundas acerca de los productos artesanales elaborados con fibra natural fique, teniendo en cuenta las estrategias que utiliza la competencia y que los consumidores son una parte muy importante en el mercado y por tanto debemos aceptar sus condiciones y puntos de vista sobre estos productos.

Para llevar a cabo esta fase de la investigación, se dejará planteada la técnica a desarrollar y es responsabilidad del sector fiquero de Santander que adopte este proyecto llevando a cabo su aplicación. Esto con el propósito de indagar eventualmente sobre el comportamiento de los compradores ante la presentación y compra de dichos productos, para lograr con esto el mejoramiento y el desarrollo continúo no solo de los productos sino de la empresa como productora y comercializadora de artículos elaborados en la fibra natural fique.

---

[9] Narsh K. Malhotra Investigación de mercados Un Enfoque Practico 2 edición

4.1.5 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

La investigación cuantitativa se basa en el tipo de investigación descriptivo para conocer las principales características de los compradores de artículos artesanales a base de la fibra natural Fique, determinando como se perciben las características de las artesanías, en una muestra a la cual se le formulará un cuestionario con el fin de obtener información específica acerca de su comportamiento frente a la compra y venta de artículos artesanales a base de fique (actitudes, motivaciones, preferencias). [10]La investigación descriptiva tiene por objetivos, la representación de las características de los fenómenos de mercadeo y determinación de la frecuencia con que se representan, la determinación del grado de asociación de las variables de mercadeo y la formulación de pronósticos en cuanto a la ocurrencia de los fenómenos del mercadeo. Esta investigación comprende la determinación del grado al que están asociadas las variables del mercadeo. Esta investigación va a permitir conocer el perfil del consumidor, de hecho muchas empresas importantes realizan estudios del perfil de sus posibles consumidores.

El método de investigación descriptiva a utilizar es la encuesta, ya que recopila información precisa y exacta, con respuestas fijas provenientes directamente de la población de estudio que se limita a opciones mencionadas en cuestionarios de fácil aplicación; además de que la codificación, análisis e interpretación de los datos obtenidos son procesos sin mayores complicaciones.

4.2 MARCO HISTÓRICO

El fique tiene su origen en América tropical especialmente en la región andina de Colombia y Venezuela, de allí se difundió al Brasil y las Antillas. En Colombia se utiliza esta fibra desde tiempo inmemorable para elaborar hamacas, redes, cuerdas, enjalmas, telas, cinchas, mantas impermeables, gorros, calzado y amarres de chozas.

Se crearon talleres artesanales en diferentes lugares del país para producir especialmente alpargatas, costales y accesorios para la arriería necesarios para la movilización de productos agrícolas aprovechando un material que crecía silvestre en varias regiones del país.

---

[10] Narsh K. Malhotra Investigación de mercados Un Enfoque Practico 2 segunda edición

El proceso de desfibrado, hilado, peinado y secado., se realizaba con métodos rutinarios (a mano) utilizados todavía en algunos lugares del departamento de Santander.

[11]La demanda de sacos aumenta con la producción agrícola y la exportación del café y comienza la fabricación industrial de empaques en Medellín en 1938 (Compañía de Empaques). Los principales talleres artesanales en Guarne (Antioquia), Curití, Mogotes, Aratoca (Santander), Guatarilla, Nariño y Chachaguí (Nariño). Se reparte entonces la producción de empaque entre industria y artesanía, dedicándose la primera al empaque tupido para granos, sal y café y la segunda al empaque ralo para papa, yuca y legumbres.

Entre 1970 y 1975 comienza la gran crisis para el empaque de cabuya. Se desarrolla la producción de costal de polipropileno y se constituye en fuerte competencia por su costo y velocidad de producción.

Organización familiar: Durante casi todo el pasado siglo (siglo XX), la producción de fique permitió mantener a la familia campesina fuertemente cohesionada, a través de la articulación de los procesos de obtención, beneficio, procesamiento y comercialización de la fibra.

Durante mucho tiempo los hogares campesinos pudieron subsistir de la cabuya que producía y procesaba en su propia parcela el grupo familiar. Esta producción se complementaba con algo de agricultura, la cual se destinaba al autoconsumo. Las familias ligadas a la producción campesina del fique eran prolíficas: doce, trece e incluso catorce hijos la conformaban. Esto era posible no sólo porque los hijos fueran valorados como fuerza de trabajo para la parcela, sino también por la simbiosis entre familia y religión, pues esta última prescribía (y aún hoy para muchos prescribe,) tener los hijos que la naturaleza y Dios mandaran.

Toda una vida enredada en el fique Curití es un pequeño municipio de Colombia en Santander, cuya población está dedicada a la producción de fique: el campesino, el fiquero y el artesano fabricante de costales se funden en una misma persona. La región ha sido tejedora desde la época precolombina. Allí se asentaron los Guanes, un pueblo indio de labradores y

[11]Jorge A Perez Mejia El fique su taxonomia cultivo y tecnología segunda edicion.

tejedores de algodón. Los obrajes, trabajos realizados por los indios sometidos, y el batán, labor de los artesanos, hicieron de este lugar uno de los principales centros textiles del virreinato de la Nueva Granada.

Más tarde ,durante la Republica, dos importantes fábricas de hilados hicieron labor en El Socorro y San José de Suaita. Los operarios locales manejaron los telares importados de Manchester con igual habilidad que los obreros ingleses. Pero ambas fábricas se fueron a pique antes de finalizar el siglo XIX y la comarca detuvo su evolución.

Las tierras gastadas y erosionadas fueron por último destinadas al fique. Miles de familias buscaron el progreso en su cultivo y en la elaboración de costales, aunque este ya era un camino sellado. Después, durante más de un siglo, el café se exportó en sacos de fique, pero la fibra no participó de sus bonanzas. Un día la fibra sintética deprimió para siempre los precios y desde entonces los fiqueros no reciben de los intermediarios más que un mínimo para su subsistencia.

El fique es trabajo de familia. El hombre trabaja entre las pencas, sometiendo con manos callosas la agresividad de sus púas. La mujer ama, cocina y da a luz sin dejar de hilar. El huso, la rueca y el telar no duermen jamás. Los niños crecen entre las madejas y aprenden a trabajar jugando con ellas. En los rostros y en la habilidad de sus manos está presente el primitivo don indio, la Colonia supervive en los viejos telares de palo que siguen traqueando en los corredores de las arruinadas viviendas; y la era moderna se asoma con timidez en los pequeños motores de las desfibradoras, que de trecho en trecho pueblan con su tartamudeo el aire de las veredas. Allí se conjugan tres etapas de la vida, sin que ninguna de ellas tenga la oportunidad de superar el atraso: niñez, juventud y vejez enredadas en el fique.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

El propósito de la investigación es el poder aportar como estudiantes al desarrollo de la región y más concretamente del sector artesanal de Santander, dedicado a la manufactura de artículos a base de fibra natural fique.

Comprender el estado actual del sector nos impulso a comprometernos, para así rendir un informe que posibilite el reconocimiento a la labor artesanal de estos productos y la comercialización de una forma técnica y no empírica como se realiza hasta hoy .

4.3.1 Tendencia.

Sin importar la región o el producto los consumidores tienen cierto presupuesto para decorar sus hogares. Los artículos que permiten establecer un lazo emocional con el consumidor, tales como artículos que permiten establecer un lazo emocional con el consumidor, tales como artículos de colección, regalos exclusivos con licencia de propiedad o artículos que incentiven los sentidos, como la vista, el olfato y el tacto tienen una elevada demanda entre los consumidores que buscan hacer de sus hogares unos espacios acogedores y confortables.

[12]Los consumidores de artículos artesanales toman una decisión en menos de tres segundos acerca de si van a detenerse o no frente a determinado producto para verlo m s de cerca. Esta decisión se basa en los elementos visuales de los puestos en las ferias artesanales o de las vitrinas de los almacenes.

Para lograr aceptación en el mercado, los artesanos deben concentrarse mucho mas en quienes pueden ser los consumidores potenciales de su mercancía, que en el producto en s¡ mismo. Otro aspecto que llama la atención de los consumidores es la historia que hay detrás de cada pieza artesanal. Los consumidores se sienten.

Especialmente atraídos hacia piezas con alguna carga emocional, de tal manera que puedan ser apreciadas mas que por su aspecto. Por eso es importante, a la hora de exponer la mercancía, mostrar de alguna manera su proceso de elaboración, ya sea a través de fotografías o videos.

Del mismo modo, ya sea en una feria de distribuidores al por mayor, centros artesanales o almacenes de manualidades, los artesanos deben incluir artículos de diferentes precios, de tal manera que se puedan balancear sus ventas entre diversos grupos de consumidores.

Los segmentos más vendidos dentro del mercado de regalos son los accesorios decorativos para el hogar, siendo los artículos decorativos para el comedor, floreros, cajas decorativas y artículos de decoración los mas importantes.

---

[12] Proexport: Perfil Sectorial: Artesanías de Estados Unidos

Es difícil hablar de tendencias en el sector de las artesanías. Muchos consideran que, como en otro tipo de artes, el artesano no debe pensar en si su producto se va a vender bien o no. Por ello, una buena idea es crear piezas que el artesano considere apetecibles para el público, pero que sigan siendo únicas y diferentes. Para esto puede utilizar materias primas diferenciales, que le permitan generar un valor agregado, como fibras vegetales. Se recomienda que los artesanos ubiquen un segmento especifico del mercado que atraiga una buena cantidad de consumidores, principalmente con buena educación y que sepan apreciar su trabajo.

Ya que se espera que el mercado de las artesanías continué creciendo, los artesanos deben prestarle atención a las tendencias del mercado, como hábitos de consumo, épocas de venta, entre otras, para a si poder participar en las diferentes ferias de regalos y de distribución al por mayor que se realizan en el país. Algunos productores consultan revistas de diseño interior para ver cuales son las tendencias de decoración y como encaja su trabajo en ellas.

4.3.2 Análisis del consumidor

[13]El consumidor de artesanías tiene el siguiente perfil:

- Tiene altos ingresos, lo cual le permite tener la libertad de comprar bienes no básicos.

- Tiene un amplio espacio disponible para poder exhibir los objetos artesanales que adquiere.

- Tiene una elevada sensibilidad por los productos hechos a mano y provenientes de materias primas sostenibles.

- Tiene un nivel cultural elevado, lo cual le genera interés por diversas culturas diferentes a la propia, y las considera valiosas como expresión cultural, religiosa o histórica, cabe aclarar que esto se presenta en ciudades diferentes a Bucaramanga, procedente por la poca familiaridad con los lugares de producción,

[13]Proexport: Perfil Sectorial: Artesanías de Estados Unidos

en este caso la ciudad de Bucaramanga se encuentra mas cercana a algunos sitios de renombre nacional.

- Considera que los productos artesanales le permiten desarrollar su propia personalidad y comunicar a los demás su conocimiento.

4.3.3 Costos

4.3.3.1 Hilado.

Para lograr hilo, las fibras de cabuya se juntan en una mecha de calibre determinado. Este producto se usa para la elaboración de artesanías y para el tejido de sacos.

Costos de producción de un ovillo de hilo en Nariño (2002).

COSTOS DE PRODUCCION	VALOR ($)
MATERIA PRIMA EN FIBRA	1500
MANO DE OBRA	993
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	2493
TRANSPORTE	103
COSTO TOTAL	2596
PRECIO DE VENTA DE UN OVILLO	2719
MARGEN DE VENTA POR OVILLO	123

El artesano trabaja dos días para producir un ovillo de hilo que pesa 1,5 kilos y tiene alrededor de 300 metros de longitud; la ganancia que obtiene es tan sólo de $123.

4.3.3.2 Empaques artesanales.

Colombia produjo en el año 2001 un total de 47.583.325 sacos de fique, de los cuales el 52.5% (25 millones) fue producido por la industria artesanal, es decir,

“empaque ralo”[14]. Uno de los principales productores de este tejido es Nariño, que cuenta con 1.736 talleres, cada uno constituido por una familia y un volumen de producción de sacos que se estimó para el año 2002 en 10.434.000 unidades, cantidad que se comercializó en el mercado local y regional.

Costos de un ovillo en Santander y de Nariño.(2002)

COSTOS DIRECTOS DE MATERIA PRIMA	NARIÑO	SANTANDER
DOS ARROBAS DE HILOTE FIQUE	45.720	
DOS ARROBAS DE FIQUE		32.000
SUBTOTAL	45.720	32.000
TRANSPORTE	3.480	1.000
TOTAL COSTOS	49.200	33.000
TOTAL VENTA	66.000	42.000

Notas: *** Adaptados para el estudio del documento de los respectivos Comités de Cadenas Regionales.

Estos datos muestran que el costo de oportunidad de la mano de obra para ambos departamentos se acerca a cero. El artesano santandereano parte de dos arrobas de cabuya y, en un promedio de 93 horas, las transforma en 80 empaques, trabajo que le representa una aparente utilidad de $9.000 frente al pago que recibe. El artesano nariñense parte de la fibra en hilo, lo cual hace que en todo el proceso productivo consuma alrededor de 40 horas; por la venta de 100 sacos percibe un aparente margen de ganancia de $16.800.

El artesano tejedor de empaque sigue trabajando la fibra, primero por ser una tradición familiar, y segundo, porque no tiene en cuenta el costo de mano de obra de su núcleo familiar; la realización de su labor tiene una ganancia aparente como resultado de restar el costo de la materia prima del valor total de venta, que es lo único que para él representa egresos.

[14] Datos tomados del documento preliminar del Comité de cadena de Antioquia.

4.3.3.3 Artesanía decorativa.

Determinar costos de producción para la actividad artesanal es muy difícil, pues la mayoría de los artesanos no tienen preparación académica y/o trabajan sobre los pedidos que vayan recibiendo.

Según la reunión de varios artesanos[15] se estableció que el promedio de utilidad que registra la actividad es de 30%, valor muy superior al registrado por las demás actividades de transformación de la cabuya.

El principal problema en los ingresos de los campesinos radica en la tradicionalidad de productos fabricados o simplemente en el cultivo del fique como tal, por ende se pretende demostrar el gran valor que posee la alternativa de la producción de artículos artesanales.

[15] Reunión con artesanos de Antioquia, Boyacá, huila y Santander; Bogotá, diciembre 17 de 2002, efectuado por el Ministerio de agricultura t desarrollo rural.

5 ESTADO ACTUAL

5.1 MARCO CIENTÍFICO

[16]El fique no sólo sirve para hacer empaques, también se puede utilizar como protección y nutriente de cultivos; refuerzo de materiales para construcción y como cuerdas para cercar sembrados.

El fique o cabuya es una fibra biodegradable que al descomponerse se emplea como alimento y abono; además, no contamina el agua y permite hacer producción limpia. Sus ventajas son tanto ambientales como de economía, facilidad y calidad.

Algunos investigadores descubrieron que la cabuya corta que se desecha al desfibrar el fique, puede emplearse con éxito para reforzar vigas, columnas, tejas, adoquines, baldosas, entre otros.

De acuerdo con los análisis efectuados por los Ingenieros Silvio Delvasto, María del Mar López, Fred Albán y los Químicos Fernando Perdomo y Ruby Mejía de Gutiérrez durante el 2003 y parte del 2004, del Departamento de Materiales de Ingeniería de la Universidad del Valle, las casas hechas con esta fibra tendrán mayor aguante al peso, los impactos, la deformación y los movimientos sísmicos, ya que el fique presenta gran resistencia a la tracción, comparable con la del acero.

Según los realizadores, estas construcciones serán más económicas gracias al bajo costo del fique con relación al del asbesto y al de fibras sintéticas como las de nylon, polipropileno y poliéster.

La construcción de viviendas con materiales fibroreforzados con cabuya hace parte de una línea de investigación en la que se pretende aprovechar integralmente el fique, emplear mayor cantidad de su fibra en otros usos y buscar las formas de reutilizar lo que actualmente se considera como desecho en esta planta.

---

[16] Unidad investigativa de la Universidad del Valle

Estos estudios son financiados por Colciencias y el Fondo de Fomento Agropecuario del Ministerio de Agricultura Nacional.

Estos investigadores son también los primeros en el mundo en estudiar la aplicabilidad de los jugos o licores del fique como plastificante para concreto y masas cerámicas, pues estas sustancias actualmente se vierten a los ríos sin controles ecológicos.

De igual manera, se emplea el fique para extraer acetato de celulosa, materia prima en la obtención de plástico, y para la producción de carbón activado, purificador de líquidos.

Como resultado de la investigación se construyó en la Universidad del Valle una planta piloto donde se elaboran fibroreforzados con fique y también la primera casa fabricada en su totalidad con estos materiales.

El ingeniero Agrónomo Carlos Álvarez, Plantea utilizar el bagazo del fique como medio de cultivo de champiñones, ejercicio que hoy día se lleva a la practica en una de las veredas cercanas a Curití, como acción experimental de Ecofibras.

También se conoce del desarrollo de un material plástico fribro reforzado con fibra de fique al que se denomina PLANTIFIQUE, con el cual se mejoran algunas propiedades físicas de la materia según su gestor la diseñadora industrial Jacqueline Rincón.

A nivel industrial se encuentra un proyecto que se desarrolla en base de la mata de fique, cuyos jugos contienen sustancias para la producción de hormonas sintéticas esteroidales (anticonceptivos, corticoides).

La planta piloto, que llevará a escala industrial el proyecto, se inauguro el 8 de noviembre del 2005 en Nariño, gracias a un exitoso trabajo entre la Universidad Nacional de Colombia y Corpoica y a Inés Toro, investigadora titular de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Corpoica), y Rosabel Segura, docente esta última, desde 1983 experimentaba con los jugos del fique.

Otras utilidades[17] del fique son particularmente curiosas ya que fueron encontradas por los mismos campesinos que lo cosechan.

El pueblo emplea sus hojas machacadas en cataplasma para provocar la maduración de las hinchazones y la supuración, las raíces dicen que son fortificantes y en efusión las usan como depurativos. En algunas regiones del país, de la maceración y fermentación de zumo de las hojas semimaduras obtienen alcoholes de mala clase y estos con ciertas esencias constituyen el tapetuza de fique, trago por cierto poco saludable.

En la medicina veterinaria se emplea el jugo de las hojas para desalojar el piojo común de las bestias (ácaros).

[18]Las lavanderas se afanan en conseguir zumo de hojas de fique para blanquear las ropas.

Los bulbillos después de una larga cocción para quitarles las sustancias mucilaginosas, se preparan en aceite sal y vinagra como un rico encurtido.

El jugo que suelta la hoja al desfibrarla dicen los agricultores que borra completamente la huellas digitales de los obreros dedicados a esta faena.

El grueso pedúnculo floral, llamado escapo o maguey, lo utilizan para construcción de casas de bahareque, escaleras, o para asentar navajas y cuchillos.

En el oriente se utiliza papel de arroz, en Egipto el papiro, en México el ámate y en Barichara se crea papel a partir de las fibras de la planta de fique.

Estos descubrimientos hechos por nuestros abuelos han dado paso a estudios mas concisos como los mencionados al inicio de este marco.

---

[17] Jorge A Perez Mejia El fique su taxonomia cultivo y tecnología segunda edición.
[18] Informe del Sistema de Información para el Desarrollo Tecnológico -SIDETEC- en su revista Región Competitiva de julio del 2004

5.2 MARCO TECNOLÓGICO

En un comienzo, para llevar a cabo la fabricación de los productos industriales, se utilizaba únicamente la mano de obra 100% artesanal; todos aquellos productos eran hechos manualmente, tanto que los campesinos terminaban agotados y con sus manos llenas de callos. Pero gracias a los avances tecnológicos existentes desde algunas décadas atrás, comenzaron a reemplazar la mano de obra por las máquinas, tales como: el huso, la rueca y el telar; las cuales eran equipos altamente especializados en su época y diseñados para transformar la materia prima en productos terminados. Tiempo después llegó al mercado otro tipo de maquinaria aún más tecnificada para desarrollar procesos manufactureros como el del fique; algunas de las maquinas que dieron paso a un mejor proceso productivo fueron: la peinadora, Extendedora, acordonadora, tundidora, retorcedora, enconedora; las cuales han suplantado de una manera casi permanente las máquinas ya existentes.

5.2.1 PROCESO PRODUCTIVO Y DE BENEFICIO

Normalmente los agricultores utilizan los lotes poco fértiles de las fincas para sembrar el fique porque la planta es tan bondadosa que puede crecer aún en esos terrenos, aunque no se obtengan buenos rendimientos. La preparación del terreno ha de considerar la limpieza del lote y el trazado de la plantación; el cultivo de fique requiere labranza mínima.

A diferencia de otros productos agrícolas, el agricultor fiquero no practica un hoyo que llena con abono para sembrar la semilla, sino que hace una hendidura en el suelo con una herramienta, tira allí el colino y aprieta el suelo con pisadas en los bordes. Es conveniente que no se siembre directamente la semilla – la cual es producida por plantas florecidas- sino una plántula de seis meses que provenga de vivero. La siembra puede ser de los tipos dispersa, asociada o compacta; la recomendación es usar el fique como cerca viva o división entre lotes para asociarlo con cultivos de pancoger.

Las labores culturales que gran parte de los productores hacen al fique, normalmente son hechas por reflejo –cuando limpian cultivos vecinos–; lo recomendable es hacer tres desyerbas anuales durante los años del periodo de establecimiento y luego dos anuales durante el periodo de cosecha.

Algunos datos indican que la planta está en capacidad de producir una hoja cada 15 a 20 días, lo cual daría unas 20 hojas por año. La operación de corte consiste en desprender de la planta periódicamente un número determinado de pencas (hojas) por medio de un instrumento cortante apropiado. Hay agricultores que dejan crecer las hojas para desfibrar anualmente; otros cortan cada seis meses, cada cuatro meses o cada dos meses. Las razones principales para esta diferencia en los períodos de beneficio son la necesidad de dinero o el ataque de enfermedades fungosas. Lo ideal es dejar la planta con 20 a 25 hojas y que al cortarlas se deje una cepa de dos a cuatro centímetros. En épocas lluviosas, todo el proceso de beneficio debe suspenderse porque se encarece mucho la recolección de las hojas, pero sobre todo, porque la fibra resulta de inferior calidad cuando no se logra un buen secado.

Las pencas se amontonan en sitios equidistantes mientras se continúa con las demás actividades de la cosecha; luego son transportadas por un operario hasta el sitio en donde se realiza el beneficio o a un lugar de almacenamiento.

A la base de la hoja se le hace un corte en forma de cuña para que pueda ser metida a la desfibradora, operación que se denomina “despalmado”. Se deberá realizar un desespinado si la variedad tiene espinas. El desfibra-do consiste en introducir cada hoja en la máquina desfibradora donde, por acción de cuchillas dispuestas en un tambor, es raspa-da; como resultado de este proceso se obtienen las fibras larga y corta, y el bagazo de fique –excelente fuente de materia orgánica para los cultivos–. La fibra recién salida de la máquina desfibradora tiene una humedad de 60 a 70%; así por ejemplo, 340 kilos de fibra húmeda equivalen 120 kilos de fibra seca aproximadamente[19]. La fibra se sumerge en un tanque con agua durante 12 a 15 horas –generalmente en la noche–, para ser sacada al día siguiente.

Este fermentado limpia y blanquea la fibra y aunque grava un poco el costo del beneficio, el producto que se obtiene es de mejor calidad. Se está haciendo común el fermentado en tanques ubicados cerca de la casa y a los tendederos, pues se disminuyen costos y se evita la contaminación de aguas corrientes. Una vez fermentada, la cabuya se sacude y extiende en los secaderos y, a medida que se va secando, se sigue sacudiendo para que los residuos que aún le quedaban caigan con los golpes, a la vez que se logra un cierto peinado. La alternancia del sol y del sereno blanquea la fibra, quizás por la oxidación de sustancias orgánicas. La cabuya se separa según calidades y se amarra en manojos de uno o dos kilos para formar bultos de 50 kilos aproximadamente, que son llevados a los centros de acopio o recogidos por los intermediarios.

[19] El Fique: su taxonomía, cultivo y tecnología. Capitulo x, p. 62.

La transformación de la cabuya es función de los artesanos y las industrias, quienes realizan procesos de clasificación de la materia prima para luego, aplicar emulsiones o grasa que facilitan el peinado y obtención de textura; si es necesario, se procede al tinturado. Así acondicionada, la cabuya se hila y empaca para su venta o se somete a procesos de tejeduría para lograr diversos productos, aunque es importante anotar que también con la fibra picada, y mediante aglomeración, se logran los productos.

CORTADO Lo primero que se hace es cortar las pencas de fique teniendo en cuenta que se cortan de abajo hacia arriba y que la planta esté en estado de cortar.	

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

	DESFIBRADO La penca se introduce en la máquina desfibradora para luego sacar las fibras de fique que serán llevadas al lavado.

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

LAVADO Y SECADO Una vez la penca es desfibrada se lava con abundante agua para quitarle el color verdoso y adquiere un color amarillo que una vez seco se vuelve blanco. Ecofibras compra la fibra seca.	

Fuente: **www.**ecofibrascuriti**.com**

	ESCARMENADO También conocido con el nombre de "peinado", consiste en despegar y desenredar las fibras, pasando los manojos de fique secos a través de un cepillo de clavos con el fin de limpiarlo y peinarlo

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

TINTURADO Este proceso se inicia una vez se limpia la fibra. Se emplean ollas con capacidad de media arroba aproximadamente donde se mezcla agua con 75 gr de colorante, se deja hervir durante hora y media, luego se enjuaga, se fija el color con sal de bicarbonato y se coloca a la intemperie para un secado solar.	
	HILADO Es el último paso en el proceso de preparación de la fibra. El fique escarmenado y tinturado se amarra longitudinalmente a un madero de donde se sacan haces de fibra que se van estirando y calibrando en el torno para formar así el hilo continuo

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

TEJIDO Este proceso permite entrelazar las fibras del fique hilado con las fibras de algodón. Se realiza en telares horizontales de 4 marcos permitiendo elaborar telas de 0.90, 1.20 y 1.50 metros de ancho.	

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

	ENGOMADO Consiste en pasar la tela a través de una máquina llamada calandra, la cual impregna el tejido con agua-algodón, lo seca y lo prensa. Este proceso se realiza para dar textura, buen acabado y presentación, así como también comodidad para el uso que se le quiere dar.

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

Producto Terminado

Se transforma la materia prima en bruto, en el producto final: *cordel de un calibre determinado*. En el proceso de elaboración del cordel, la materia prima se transforma en hilo de un calibre determinado, y dicho hilo se retuerce de acuerdo a la cantidad de hilos y al calibre determinado. Para finalmente enconarlo en la presentación y color que se quiera; en forma de conos u ovillos. Se empaca en paquetes de 25 unidades cada uno para su comercialización.

Fuente: www.ecofibrascuriti.com

Dando paso a artesanías elaboradas gracias a estas fibras:

Fuente: wwwgoogle.com

[20]Los jugos y el bagazo de la planta de fique (Furcraea macrophilla), utilizada en Colombia en la elaboración artesanal de cuerdas y sacos de embalaje, contienen una gran concentración de dos sustancias muy demandadas por la industria farmacéutica, según un estudio del departamento de Química de la Universidad Nacional y de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria.

La hecogenina y la tigogenina, presentes en partes desechables del fique, se utilizan en un centenar de medicamentos contra problemas dermatológicas, renales, cerebrales y hormonales.

Una planta piloto para aprovechar esas sustancias será inaugurada en noviembre en el municipio de El Tambo, departamento de Nariño, fronterizo con Ecuador.

El déficit mundial de hecogenina, cuyo principal abastecedor es China, asciende a cinco mil toneladas.

Según su pureza, el gramo de esta sustancia puede costar entre 6 y 142 dólares, según la ONU.

Algo que nos llamo la atención fue el desarrollo de la investigación realizada en la región de Atanquez - Piedemonte de la Sierra Nevada de Santa Marta (municipio de Valledupar, Cesar)- con la comunidad artesana productora de la mochila de fique costeña, trabajada principalmente por mujeres y niños. Esta mochila consta

[20] Informe del Sistema de Información para el Desarrollo Tecnológico -SIDETEC- en su revista Región Competitiva de julio del 2004.

de listas de colores brillantes y es la base de la economía de muchas familias artesanos.

A partir de julio de 1986 la Corporación Murundua - comunidad por la naturaleza, el trabajo y la cultura -, con el apoyo económico de Desarrollo y Paz, entidad canadiense de ayuda, y Artesanías de Colombia S. A., viene promoviendo la organización de los artesanos, para lo cual creó la Asociación de Artesanos de la Región de Atanquez (Asoarda), cuyos miembros se capacitan para mejorar su producto, venderlo directamente y lograr su principal objetivo: incrementar el precio de la mochila, con base en un óptimo hilado, teñido y tejido de la cabuya. Dos de los mayores problemas consistían en que los colores carecían de resistencia a la luz y eran solubles en agua. La finalidad de esta publicación es enseñar a teñir con plantas y anilinas, para así obtener colores intensos, sólidos, que garanticen una mochila de buena calidad para el mercado y un mejor precio para el artesano.

Se realizaron dos talleres con el apoyo de Artesanías de Colombia: uno, dirigido por Isabel Cristina Duque, sobre fijado de anilinas y la importancia de mordentar la cabuya para mejorar el fijado; y otro, orientado por Patricia Escobar y la artesana Aurora Montaño, sobre teñido con plantas y anilinas con mejoras para el mordentado de la cabuya, adición de taninos para el fijado de tintes, aporte de nuevas plantas tintóreas al inventario y formas de matizar los tintes para obtener varios tonos de una misma planta.

Las recetas se han ilustrado con dibujos que surgieron de las carteleras que elaboraron los artesanos, estando así a la mano de todas las trabajadoras, tanto letradas como iletradas.

La publicación incluye un inventario de plantas tintóreas de la región de Atanquez, con su nombre científico, su nombre vulgar y los colores que de ellas se obtienen, describen también materiales y pasos para un óptimo tinturado.

6. DISEÑO METOLÓGICO

En una investigación de mercados se acostumbra a resolver el problema de mercados en dos etapas definitivas, ambas diferentes pero muy importantes ya que aportan datos muy importantes para el estudio: se comienza con una investigación exploratoria y luego una investigación concluyente.

"Por lo general se determinan: tendencias, identificar relaciones potenciales entre variables y puede establecer el "tono" de investigaciones posteriores mas rigurosas" [21].

6.1 TIPO DE ESTUDIO

Una vez efectuada la revisión literaria con la cual se contó y teniendo claro que es lo que se quiere realizar, se llega al siguiente planteamiento; *Cuál es el potencial de los productos a base de la fibra natural fique en la ciudad de Bucaramanga y cuales son los atributos que los individuos reconocen en el momento de compra de las artesanías santandereanas a base de la fibra natural*. Lo cual se pretende dar a conocer en primera instancia.

Dado el planteamiento anterior, se utiliza la investigación descriptiva, ya que se basa en esquemas mas precisos que se encargan de describir las diferentes características de la fibra natural fique, proporcionando datos cuantitativos que permitan hacer predicciones especificas sobre las preferencias de los compradores de los artículos elaborados en dicho material y el análisis de la información que se recopile sobre las características del mercado al cual se pretende llegar.

Por otra parte, es importante no solamente obtener datos precisos sobre las características de los compradores de productos elaborados en fibras naturales (fique) y los atributos que identifican a los mismos, sino adquirir información más profunda, que provenga del subconsciente de los compradores, utilizando otro tipo de investigación que revele los verdaderos gustos, preferencias e inconformidades que presenten ante los productos mencionados. El tipo de investigación que se plantea para lograr esto, es la investigación cualitativa, ya que es un método informal que hace que los compradores no se sientan avergonzados por sus opiniones y no sientan que se está invadiendo su privacía con las preguntas

[21] Dankne, 1986, p.412

proporcionadas a los mismos, de esta manera se evita obtener respuestas que carecen de veracidad.

6.1.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Esta investigación tiene por objeto ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables mas importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos posteriores y puntualice cual de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa. La finalidad de los estudios exploratorios es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos en una situación.

En esta fase se pretende llegar a conclusiones más detalladas y profundas acerca de los productos artesanales elaborados con fibra natural fique, teniendo en cuenta las estrategias que utiliza la competencia y que los consumidores son una parte muy importante en el mercado y por tanto debemos aceptar sus condiciones y puntos de vista sobre estos productos.

Para llevar a cabo esta fase de la investigación, se dejará planteada la técnica a desarrollar y es responsabilidad del sector fiquero santandereano que adopte este proyecto llevando a cabo su aplicación. Esto con el propósito de indagar eventualmente sobre el comportamiento de los compradores ante la presentación y compra de dichos productos, para lograr con esto el mejoramiento y el desarrollo continúo no solo de los productos sino de la empresa como productora y comercializadora de artículos elaborados en la fibra natural fique.

6.1.2 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

La investigación cuantitativa se basa en el tipo de investigación descriptivo para conocer las principales características de los compradores de artículos artesanales a base de la fibra natural Fique, determinando como se perciben las características de las artesanías, en una muestra a la cual se le formulará un cuestionario con el fin de obtener información específica acerca de su comportamiento frente a la compra y venta de artículos artesanales a base de fique (actitudes, motivaciones, preferencias). [22]La investigación descriptiva tiene por objetivos, la representación de las características de los fenómenos de

[22] Narsh K. Malhotra Investigación de mercados Un Enfoque Practico 2 segunda edición

mercadeo y determinación de la frecuencia con que se representan, la determinación del grado de asociación de las variables de mercadeo y la formulación de pronósticos en cuanto a la ocurrencia de los fenómenos del mercadeo. Esta investigación comprende la determinación del grado al que están asociadas las variables del mercadeo. Esta investigación va a permitir conocer el perfil del consumidor, de hecho muchas empresas importantes realizan estudios del perfil de sus posibles consumidores.

El método de investigación descriptiva a utilizar es la encuesta, ya que recopila información precisa y exacta, con respuestas fijas provenientes directamente de la población de estudio que se limita a opciones mencionadas en cuestionarios de fácil aplicación; además de que la codificación, análisis e interpretación de los datos obtenidos son procesos sin mayores complicaciones.

Las encuestas se desarrollaron en centros comerciales y en diferentes almacenes que venden artículos elaborados en la fibra natural fique ubicados en la ciudad de Bucaramanga, en donde se interceptan las unidades muéstrales y se puede aplicar el cuestionario de manera personal; lo que permite un informe más detallado, un mayor acercamiento e interacción con la gente.

6.2 PROCEDIMIENTO DE MEDICIÓN.

Para llevar a cabo ésta medición hemos decidido usar un tipo de escala de medición primaria llamado escala nominal, en el cual se asignan números a las preguntas y respuestas de la encuesta con el fin de identificarlas y clasificarlas para que se facilite su reconocimiento en nuestro estudio. Las escalas nominales son aquellas en que sólo se manifiesta una equivalencia de categorías entre los diferentes puntos que asume la variable. Es como una simple lista de las diferentes posiciones que pueda adoptar la variable, pero sin que en ella se defina ningún tipo de orden o de relación., es decir que un número alto de un atributo no significa que ésa persona sea de cierta manera superior a otra con un número más bajo, se usan sólo como instrumentos de clasificación. Se usarán también como procedimientos para la fase cuantitativa las escalas comparativas por orden de clasificación para que el encuestado organice sus preferencias de acuerdo a su criterio.

Cada pregunta del cuestionario debe contribuir a obtener información necesaria o cumplir un propósito específico. Ya establecimos a lo largo de la propuesta y en

los objetivos específicos la información que estamos buscando, y en adelante la actividad se centra en formular preguntas que cumplan con éstos objetivos y así obtener la información precisa. Con el fin de adaptar el cuestionario a la escala nominal se usarán principalmente preguntas estructuradas que especifican el número y grupo de alternativas. Serán preguntas de opción múltiple (se ofrecen una serie de respuestas entre las que se escogen una o varias), dicotómicas (sólo dos alternativas de respuesta, casi siempre sí o no) y escalas (se clasifican objetos de acuerdo a la preferencia). El formato de encuesta se encuentra en los anexos.

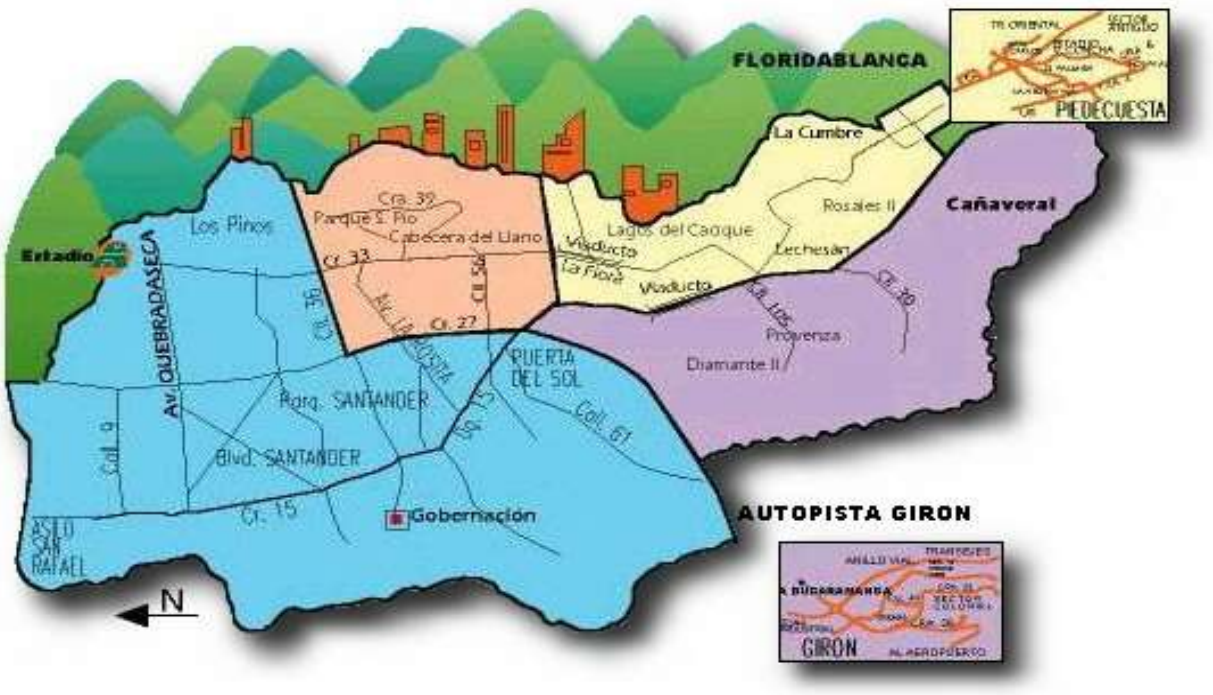
6.3 DISEÑO MUESTRAL.

Para el proceso de diseño maestral, se tendrán en cuenta:

6.3.1 Definición de la población meta:

- **Elementos:** Personas de estratos 4 con una cantidad en la muestra del 45%, estrato 5 con una cantidad del 30% y para el estrato 6 25%
- **Unidades de Muestra:** Personas
- **Extensión:** Área metropolitana de Bucaramanga
- **Tiempo:** 2005

6.3.2 Determinación del marco de la muestra:



Fuente: www.google.com

El marco muestral comprende la ubicación geográfica de Bucaramanga, de donde se extrae la muestra de la población para la realización de la encuesta y los diferentes lugares en donde se interactuó con las personas.

6.3.3 Técnica de muestreo:

La técnica a utilizar es muestreo probabilístico estratificado ya que el estudio esta dirigido a las personas que hacen parte de los estratos 4, 5, y 6 de la ciudad de Bucaramanga. Aunque es difícil seleccionar las variables relevantes y es costoso desarrollar esta técnica, se obtiene información mas detallada y precisa que ayuda a un mejor desarrollo de la investigación.

6.3.4 Tamaño de la muestra:

Para llevar a cabo la investigación, se determina la muestra con base en una población de 543.657 individuos, una probabilidad de éxito del 50% y una probabilidad de facazo del 50%, a demás se definió un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, para el cual le corresponde una valor Z de 1.96 (lo cual se enuncia a continuación).

Tamaño de la muestra	n
Población **(N)**	543.657
Probabilidad de éxito **(q)**	50%
Probabilidad de Fracaso **(p)**	50%
Nivel de confianza	95%
Margen de error **(e)**	5%
Valor de **Z** asociado	1.96

$$n = \frac{p*q}{\frac{e^2}{Z^2} + \frac{p*q}{N}}$$

$$n = \frac{0.50 * 0.50}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{0.50 *0.50}{543.657}}$$

$$\boxed{\mathbf{n = 384}}$$

6.3.4 EL PROCESO DE MUESTREO:

Si los individuos del perfil mencionado anteriormente son la unidad de muestra, se necesita una definición operativa de las personas como ya se había dicho anteriormente se utiliza la técnica de muestreo probabilístico, ya que éstas utilizan procedimientos de selección mas exactos y no dependen del juicio de quien elabora la investigación.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de individuos con un perfil ya mencionado para el desarrollo del estudio en la ciudad de Bucaramanga, es necesario tomar una muestra de referencia para luego determinar las características de la población con métodos de inferencia estadística. Es un proceso más cómodo, aunque tiene un nivel alto de presupuesto en comparación con otros, pero tiene grandes ventajas como el poco tiempo de duración, una tasa de error baja y una mayor atención a casos individuales.

El proceso se desarrolla tomando los individuos de estratos 4, 5, 6 de Bucaramanga, se tiene una muestra de 384 individuos seleccionados según el perfil y abordados en diferentes lugares de concurrencia como lo son los centros comerciales en donde se encuentran ubicados algunos almacenes de artesanías, la calle y personas portadoras de algún articulo fabricado en este material (FIQUE), a estas personas se les pedía sus daros y de esta forma se conseguía saber a que estrato pertenecían.

El siguiente paso consiste en seleccionar una técnica de muestreo. Debido a la dificultad que representa obtener el número exacto de personas, además se establece que la encuesta se hará por interceptación en lugares de la ciudad ya mencionada se usara un muestreo probabilístico en el que se utilizan procedimientos de selección por estratos sociales.

Por último, se debe considerar para el tamaño de la muestra los siguientes ítem: la importancia de la decisión, la naturaleza de la investigación, el número de variables, la naturaleza del análisis, los tamaños de muestra utilizados anteriormente en otros estudios, los índices de incidencia, los índices de terminación y las limitaciones de los recursos.

Con base a esto, el tamaño de la muestra determina de acuerdo al número de habitantes de la zona de influencia en donde se desarrolla la investigación. Esto hace referencia a que con una población de 543.657 individuos, una probabilidad de éxito del 50% y una probabilidad de facazo del 50%, a demás se definió un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, para el cual le corresponde una valor Z de 1.96; el tamaño de la muestra corresponde a 384 individuos, los cuales hacen parte de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.

7. RECURSOS DISPONIBLES

Para el desarrollo del proyecto se requirió de diferentes recursos en algunos casos se logro no incurrir en gastos ya que los investigadores contaban con ellos.

Descripción:	**Valor**
Transporte	$ 160.000
Papelería	$ 30.000
Impresiones	$ 40.000
Encuestadores	$ 100.000
Total	**$ 330.000**

8. ANÁLISIS DE DATOS

8.1 RESULTADO DEL MÉTODO DE OBSERVACIÓN.

- Las personas demostraron un gran interés por los artículos artesanales ya se por su bajo costo (en la calle) o porque simplemente les parecen agradables.

- Las personas en Bucaramanga se muestran receptivas a la compra de los artículos a base de la fibra natural fique, sin embargo en el tiempo en que se hizo la investigación por medio de la observación se encontró que son mas las mujeres jóvenes quienes efectúan la compra.

- La gran mayoría de los almacenes de Bucaramanga que venden artesanías excepto uno, solo destinan un pequeño espacio para la exhibición de los productos a base de la fibra natural fique.

- Los altos precios en las exhibiciones muestran que estos artículos son desplazados por otras artesanías, como lo son las de guadua y accesorios personales (para mujeres).

- El producto mas vendido en los almacenes son las mochilas y cinturones, estos por ser los mas reconocidos.

- La mayoría de artesanías son fabricadas por personas conocedoras del arte del tejido, mas no son artesanos de naturaleza.

- Los productos a base de la fibra natural fique que se encuentran en exhibición son muy reducidos solamente se cuenta con: cinturones, mochilas, bolsos, manillas y tapetes.

- En Bucaramanga se encuentra que la gran mayoría de artesanías a base de la fibra natural fique son hechas por personas de la misma ciudad.

- Las personas en la ciudad de Bucaramanga no encuentran un surtido amplio de artículos para la decoración del hogar.

8.2 ANALISIS DE LOS SUJETOS

Sujeto 1

Camilo Ariza vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas y las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son relojes, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el precio le da mayor importancia y la moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y el lugar donde desearía comprar los productos artesanales es en las ferias artesanales.

Sujeto 2

Mayerly Corzo Mora vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos y los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Cobijas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Utilidad le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Centros Comerciales.

Sujeto 3

Raquel Natalia Gómez Duarte vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, Tapetes, Bolsos y los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Porta Cd's, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos

artesanales lo hace por la Moda y por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Centros Comerciales y en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 4

Erwin Cepeda vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Forros, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 5

Susana Marcela Fernández Rueda vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, Bolsos y Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Gorras, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Utilidad, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 6

Carolina Rodríguez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos y Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran como Tarjetas Decorativas en Fique, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es donde la mama de una amiga.

Sujeto 7

Silvia Juliana Aguirre vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos y Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Tarjetas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 8

Karen Benítez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, Lámparas, Bolsos y Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Textiles o Adornos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Supermercados y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 9

Diana Maria Osma García vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, Bolsos, Mochilas y Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Cortinas y Accesorios del Hogar, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Utilidad, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales y Ferias Artesanales.

Sujeto 10

Carlos Javier Serrano vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Adornos y Artesanías, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por la Utilidad, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales y Ferias Artesanales.

Sujeto 11

Pedro Hernández León vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Forros para Computadores, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Utilidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 12

Juan Gabriel Lievano vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Porta-Retratos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 13

Omar Mantilla Rodríguez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Álbum de Fotos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Apoyar al artesano, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 14

Jimmy Iwasaki Rodríguez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Zapatos y Gorros, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Impulso, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en los Hippies.

Sujeto 15

Carlos Albornoz vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Alpargatas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Zapatos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Precio le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Impulso, y el lugar donde le gustaría adquirir los productos artesanales es en los Supermercados.

Sujeto 16

Sandra Torres vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son Portavasos y Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Artículos Decorativos Navideños, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 17

Andrés Valenzuela vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Artesanías, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 18

Maria Luisa Ardila vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes y los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Precio y la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Artesanías, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Supermercados y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 19

Carls E. Camargo O. vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Motos de Lujo, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Carga Emocional y Apoyar al Artesano, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 20

Nidia Camargo Ortiz vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos y los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Cosas para el Hogar, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Impulso, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 21

Adolfo Bayona vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Adornos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Diseño es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 22

Daniel Moreno vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes y las Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Cuadernos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Impulso, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Centros Comerciales.

Sujeto 23

Alejandro Almeida Duarte vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes y las Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Mesas y Cofres, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en los Supermercados y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 24

Omar Mancilla vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Tapetes, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Moda le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Impulso, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 25

Henry Contreras vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Bolsos, Floreros y Productos para el Hogar, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Ecología, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 26

Karina Trillos vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, Lámparas, Bolsos y Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y la Utilidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Correas, Zapatos y Productos para el Hogar, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, Impulso y la Utilidad, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 27

Karina Trillos vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas, Bolsos y Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Sombreros, Ropa y Escularios, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Impulso, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Supermercados y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 28

Diana Sánchez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, Lámparas y Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Mochilas, Forros Celular y Lámparas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 29

Alexander Madrid vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes y las Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Forros, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Impulso, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 30

Abelardo Ortiz vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes y Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Muñecos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Impulso, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 31

Claudia Castellanos vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, Tapetes y Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Canastas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Utilidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 32

Juan Carlos Carvajal vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, Lámparas, Bolsos y Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Textiles y cosas para el Hogar, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Precio le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Supermercados y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 33

Nubia Urueña Suárez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Ganchos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Moda le da mayor importancia y la Calidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por la Utilidad, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 34

Ingrid Johanna Galvis vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas, Bolsos y las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Utilidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Correas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Precio le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Supermercados.

Sujeto 35

Adriana Quintero vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos y Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Aretes y Correas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Centros Comérciales.

Sujeto 36

Ivon Piña V. vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos y los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Collares, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Moda le da mayor importancia y el Diseño es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Carga Emocional y Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales y Ferias Artesanales.

Sujeto 37

Rafael Pinilla vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Mochilas y las Alpargatas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Artículos de Cocina, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Calidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Variedad, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 38

Laura Schneider vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Portavasos, Bolsos y Tapetes, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Prendas de Vestir, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Centros Comerciales y en las Ferias Artesanales.

Sujeto 39

Sergio Mantilla vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos y las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Manillas y Rosarios, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Impulso, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en el Comercio Informal.

Sujeto 40

Diana Isabel Rivero vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Forros para Celular, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Moda le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por la Moda, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 41

Humberto López vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, Lámparas y Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Utilidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Cepillos, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Diseño es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en Ferias Artesanales.

Sujeto 42

Miguel Ángel Martínez Vásquez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es la Utilidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Forros para Celular, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Precio le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Impulso, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales, en los Centros Comerciales y en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 43

Christian Vera vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas y las Mochilas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es Aporte Ecológico, los productos que le gustaría que se fabricaran son Relojes, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto y por Impulso, y el lugar donde compra los productos artesanales es en los Centros Comerciales y en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 44

Xavier Orlando Rodríguez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Cachuchas, Interiores y Medias, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Precio le da mayor importancia y el Diseño es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por la Moda, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales y en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 45

Luis Eduardo Suárez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes y los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Forros, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales y en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 46

Madeleyne Perea vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos y los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Accesorios, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Calidad le da mayor importancia y el Diseño, el Precio y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por La Moda, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en Ferias Artesanales, Tiendas Artesanales y en los Centros Comerciales.

Sujeto 47

Sandra Milena Parra Sánchez vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que no ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas, los Bolsos y los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño y el Precio, los productos que le gustaría que se fabricaran son Sandalias, Billeteras, Collares y Pulseras, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Utilidad es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde le gustaría comprar los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 48

Alfredo León vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Tapetes, Lámparas, Mochilas y los Cinturones, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, el Precio y la Calidad, los productos que le gustaría que se fabricaran son Billeteras, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde la Moda le da mayor importancia y el Diseño es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por Gusto, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales y en las Tiendas Artesanales.

Sujeto 49

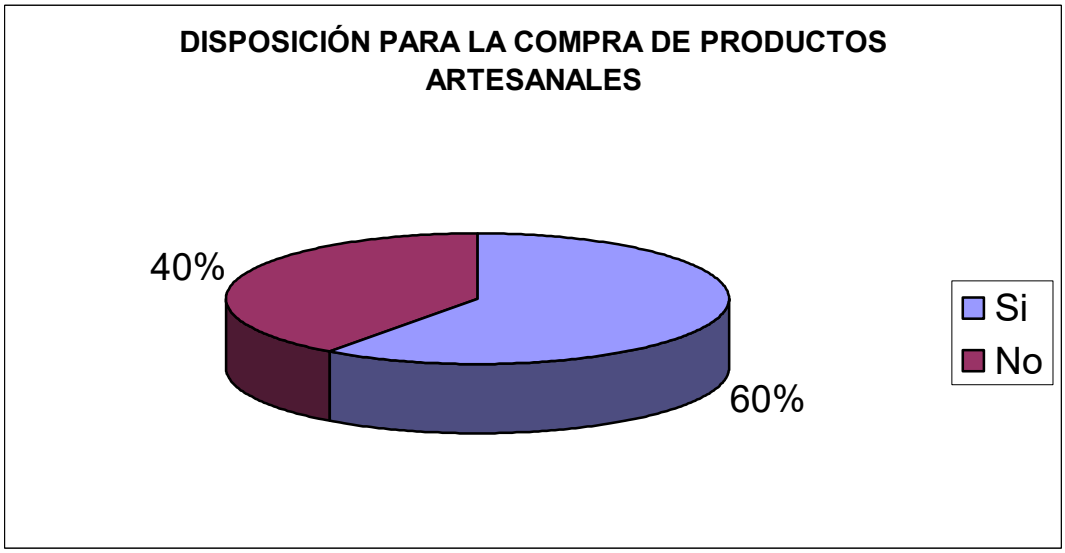
Fabio Contreras Tamaris vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son las Lámparas, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Billeteras y Persianas, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y el Precio es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por la Moda, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Ferias Artesanales.

Sujeto 50

Ana Isabel Prada vive en la ciudad de Bucaramanga, es una persona que ha adquirido productos artesanales a base de fique, dentro de los productos que mas le llaman la atención son los Bolsos, los principales atributos o características en el momento que realiza la compra es el Diseño, los productos que le gustaría que se fabricaran son Adornos para la Casa, el grado de importancia que le da a los atributos en el momento de adquirir un producto artesanal es de 1 a 5, donde el Diseño le da mayor importancia y la Moda es el de menor importancia, cuando compra productos artesanales lo hace por la Moda, y el lugar donde compra los productos artesanales es en las Tiendas Artesanales.

8.3 ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO

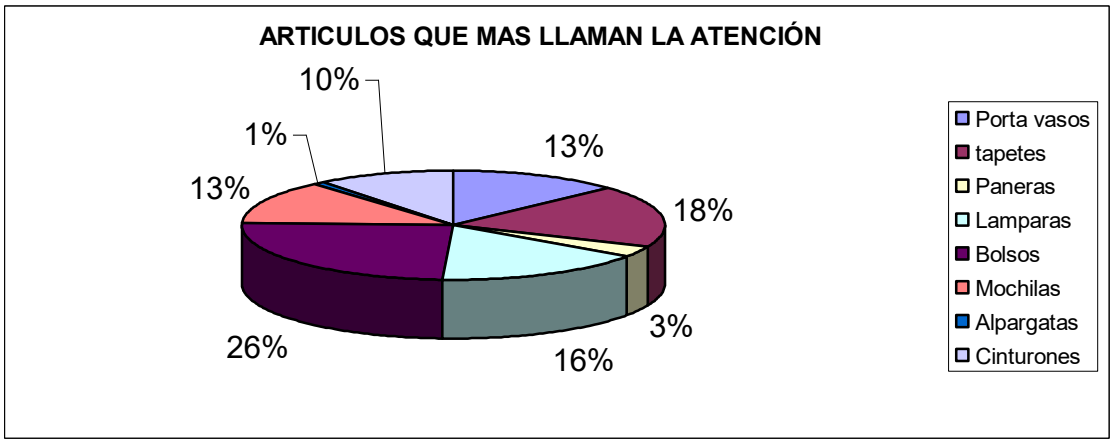
- El 53 por ciento de las personas entrevistadas se encuentran dispuestas a adquirir productos artesanales.



Fuente: Autores del proyecto

- Un alto porcentaje de las personas que se encuestaron están dispuestas a la compra de los artículos a base fique. También se observo que los productos artesanales a base de fique son de gran importancia en el mercado de Bucaramanga, sin olvidar que el 40% es un mercado potencial ya como se ha visto uno de los problemas para la comercialización de las artesanías a base de fique son la falta de promoción de estos productos.

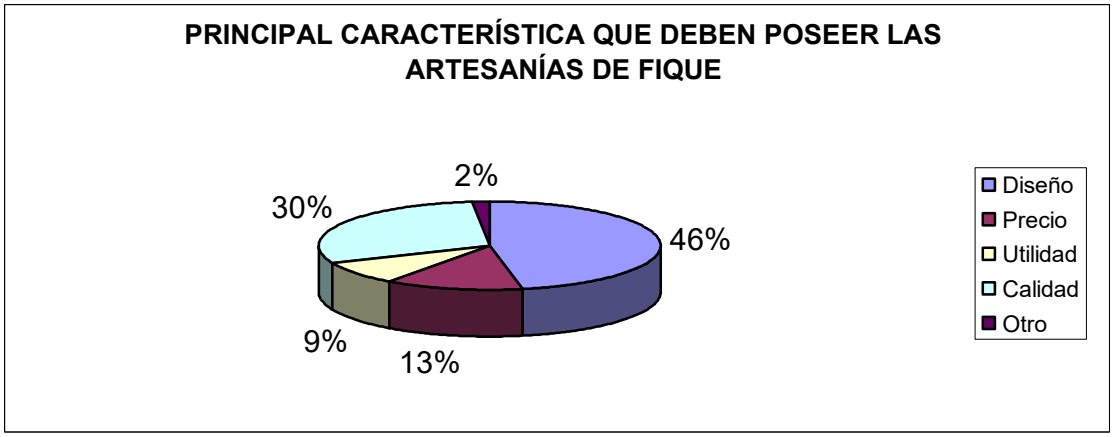
- Los productos artesanales a base de fique que mas llaman la atención a las personas son :



Fuente: Autores del proyecto

- Se encuentra que los tapetes son los artículos que mas llaman la atención seguido de las lámparas, siendo estos dos artículos para la decoración y que no se encuentran fácilmente en el mercado de Bucaramanga ya que la mayoría de productos vendidos en esta ciudad son para el vestir o simplemente accesorios.

- Los principales atributos o características que deben contar los artículos artesanales a base de la fibra natural fique son:



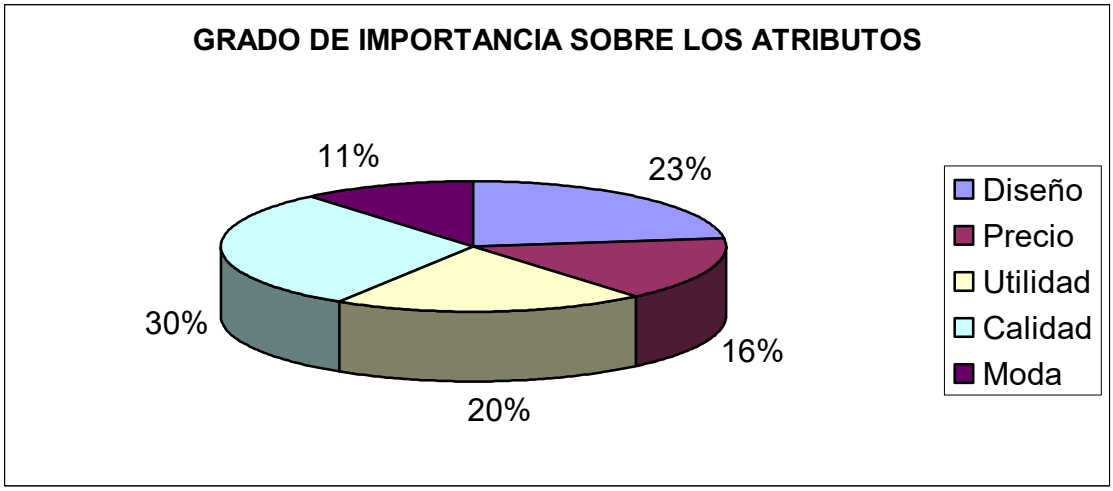
Fuente: Autores del proyecto

- Como es de esperarse las artesanías deben contar con un alto nivel de diseño, de esta manera logran diferenciarse, ya que se encuentran diferentes competidores a nivel nacional como lo son: Los Kankuamos resguardo indígena de la sierra nevada de Santa Marta que ha logrado su posicionamiento gracias a las estrategias comerciales y al apoyó de diferentes estamentos que les permitieron ser los lideres en las ciudades de la costa atlántica y su trabajo en se realiza en Atanquez Cesar, también se encuentren los artesanos de Tipacoque en Boyacá los cuales gracias a sus muy representativos diseños han logrado el reconocimiento en los mercados a nivel nacional e internacional.

- Los productos que la gente le gustaría que se fabricara a base de fique son productos decorativos dentro de los cuáles encontramos canastas portarretratos, artículos navideños, cuadros, hamacas y cortinas, también se encontraron artículos de uso personal como gorras, sandalias, ropa y bolsos para hombre, otra categoría son los accesorios como manillas, pulseras, aretes y según su utilidad se encuentra forros para el celular, porta cd`s y billeteras.

- Gracias al desarrollo de los cuestionarios se encontró que muchas personas no sabían en ese momento que productos les gustaría encontrar, por esto afirmamos de la importancia en establecer un canal de comunicación entre las diferentes asociaciones de artesanos y campesinos ya que estos juegan un papel fundamental en el aporte de ideas, recurriendo a que las personas que adquieren estos productos en la gran mayoría de los casos los adquieren por impulso.

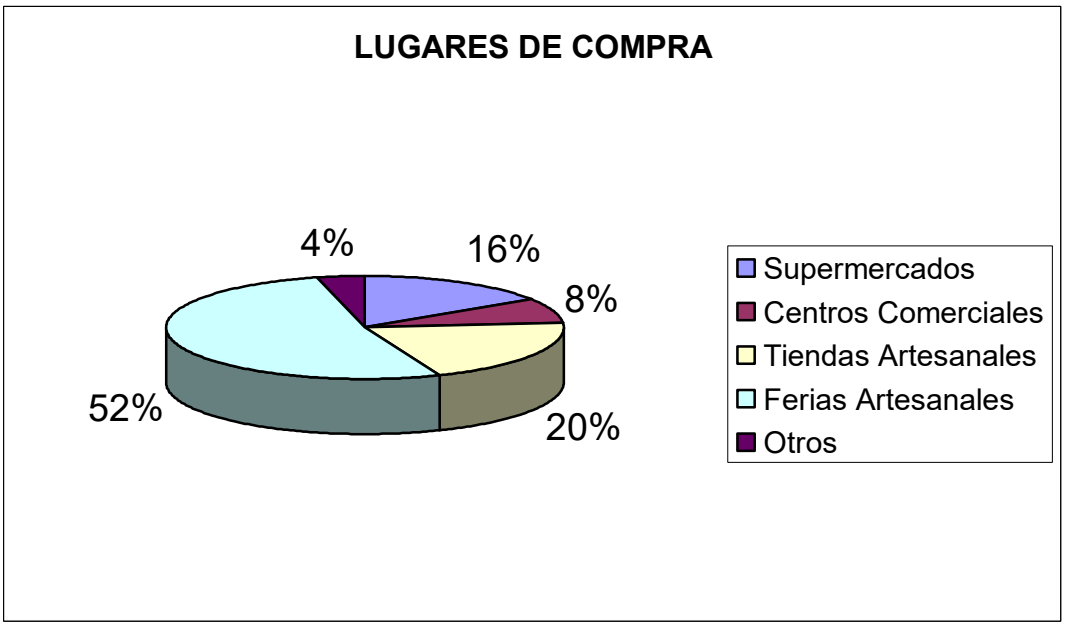
- Los atributos con mayor grado de importancia que deben poseer los artículos artesanales a base de fibra natural fique, según los entrevistados deben ser calidad, diseño, utilidad, precio y moda.



Fuente: Autores del proyecto

- Encontramos que la calidad va muy de la mano con los artículos que prestan algún servicio de esta manera se deben establecer estándares en la confección y pruebas a los diseños permitiendo así encontrar los puntos que deben ser modificados para prolongar la vida útil de las artesanías.

- Los motivos por los cuales las personas adquieren productos artesanales a base de la fibra natural fique son en primer lugar el gusto, seguido por el impulso, de esta forma encontramos concordancia con la siguiente pregunta en la cual se pedía que se dijera en que lugares las personas adquieren los artículos y se encontró que con un 52% los encuestados adquirían estas artesanías en ferias artesanales, seguido de tiendas artesanales y supermercados, también se encontró que algunas personas compraban sus productos en las diferentes calles de la ciudad.



Fuente: Autores del Proyecto.

- Por medio de la ultima pregunta en el cuestionario se observo que los encuestados en Bucaramanga posicionan los productos artesanales con un precio bajo, ya que esta ciudad se encuentra muy cerca de los puntos (Curiti) de producción de las artesanías en Santander .

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se encontró que los productos artesanales a base de fique no cuenta con el reconocimiento del trabajo que se requiere para elaborarlos.

- En Bucaramanga tan solo se encuentra un solo almacén dedicado a la venta de estos productos, el cual hace hincapié en la venta de mochilas y de cinturones.

- Las grandes ventas de estos productos artesanales se efectúan gracias a las ferias artesanales.

- Se requiere de fibras menos burdas para la elaboración de algunos productos que la gente desearía que se trabajara en fique (Ropa).

- Falta diseños con respecto artículos para el hogar en Bucaramanga y también de ideas, estas enfocadas hacia el genero masculino.

- Carencia de identidad de nuestros productos artesanales, ya que tan solo son importantes de tres o cuatro productos que pueden ser fabricados en cualquier lugar del territorio nacional.

- El diseño de los productos hechos en fique es netamente artesanal, ya que comenzaron a fabricarse con la mano del hombre, y aunque existan avances tecnológicos que ayuden a la producción de los mismos, el hombre aún sigue siendo el principal gestor para la elaboración de estos productos.

- Están diseñados con fines laborales, en el caso de ser utilizados por los cultivadores o campesinos, como instrumento de cercado de sus cultivos, empaque para café u otros productos, nutrientes y abono, y alimento. Y por otra parte también están diseñados como productos artesanales, ya que este material se presta para elaborar bolsos, calzado, correas, adornos para el hogar; también para hacer aretes, pulseras y collares, entre otros.

- La rentabilidad de las actividades de transformación de la cabuya en productos es baja, tanto a nivel de artesanía utilitaria (la del hilado y el tejido) donde el costo de oportunidad de mano de obra es cero, como en la actividad industrial. Sólo la artesanía decorativa sugiere un margen de rentabilidad apreciable.

- La rentabilidad de las actividades de transformación de la cabuya en productos es baja, tanto a nivel de artesanía utilitaria (la del hilado y el tejido) donde el costo de oportunidad de mano de obra es cero, como en la actividad industrial. Sólo la artesanía decorativa sugiere un margen de rentabilidad apreciable.

- Se calcula que entre 50.000 y 70.000 familias colombianas dependen económicamente de la explotación del fique. Gran parte de este grupo complementa la actividad de cultivo con la de transformación de la fibra; por tanto, el fique es un generador significativo de empleo, principal-mente en regiones donde la posibilidad de ocuparse en otras actividades es reducida, por ende la necesidad de capacitar artesanalmente a las familias,

- Prototipo de diseño para almacenes especializados en la venta de productos a base de fique.

Góndola 1: Artículos para el hogar decoración y utilitarios.

Góndola 2: Artículos para hombre.

Góndola 3: Artículos para la mujer.

Góndola 4: Artículos varios.

El prototipo de este local se adecua a las dimensiones requeridas por las construcciones, lo que se demuestra es la ubicación de los artículos para causar un impacto visual.

- El mercado se muestra receptivo ante los productos y servicios innovadores. Por lo tanto, las empresas industriales y asociaciones de cultivadores tienen ante si el reto de proveer la generación de ideas creativas entre los integrantes de este sector. Para ello las hilanderas y las agremiaciones de fiqueros deben plantear un canal para la gestión del conocimiento. Esto puede ser gestionado a través de un proceso basado a través de los empleados y campesinos. Se puede adoptar un proceso eficaz para el desarrollo de una política de cuando se usan aplicaciones inteligentes para analizar, organizar y dirigir las mejores oportunidades.

CRONOGRAMA:

	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIENBRE				**RESPONSABLE**
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	Grupo de Trabajo
Observación																					Grupo de Trabajo
Entrevistas																					Grupo de Trabajo
Presentación primer avance																					Grupo de Trabajo
Entrega del trabajo final																					Grupo de Trabajo
Devolución de informe para correcciones																					Grupo evaluador
Entrega de trabajo final																					Grupo de Trabajo
Evaluación de los calificadores																					Grupo evaluador
Correcciones finales																					Grupo de Trabajo
Entrega del Trabajo final definitivo																					Grupo de Trabajo
Sustentaciones privadas																					Grupo de Trabajo
Sustentación Publica de Proyecto																					Grupo de Trabajo

EL CRONOGRAMA ES TOMADO EN SEMANAS.

ANEXOS

ANEXO 1

Buenos días mi nombre es _____, soy estudiante de Ingeniería de Mercados. La siguiente es una encuesta para conocer las preferencias hacia los productos artesanales a base de fique.

1. Desearía usted adquirir productos artesanales a base de fique?
   Si___ No___

2. Cuales productos son los que mas le llaman la atención?

   1. Individuales, Portavasos ____ 2.Tapetes ____ 3. Paneras ____
   4. Lámparas____ 5. Bolsos____ 6. Mochilas____ 7.Alpargatas____
   8.Cinturones____

3. Cual cree usted que son los principales atributos o características de los productos a base de fique que usted compra?

   1.Diseño___ 2.precio___ 3.utilidad___ 4. Calidad___5 Otro_____

4. Que productos le gustaría que se fabricara a base de fique?
   _____,_____,_____,_____

5. Según el grado de importancia para usted ordene los siguientes atributos de mayor a menor?(Siendo 1 poco importante y 5 muy importante)

   1.Diseño___ 2. Precio____ 3. Utilidad____ 4.Calidad____
   5.Moda____

6. Que lo motiva a comprar los productos artesanales a base de fique?

   1.Moda____ 2. Carga Emocional____ 3. Gusto____
   4. Impulso____ 5.Utilidad____ 6. Otro_____

7. En que lugares usted compra los productos artesanales a base de fique?

1.Supermercados ___ 2.Centros comerciales ___
3.Tiendas artesanales ___ 4.Ferias artesanales ___
5.Otros _____

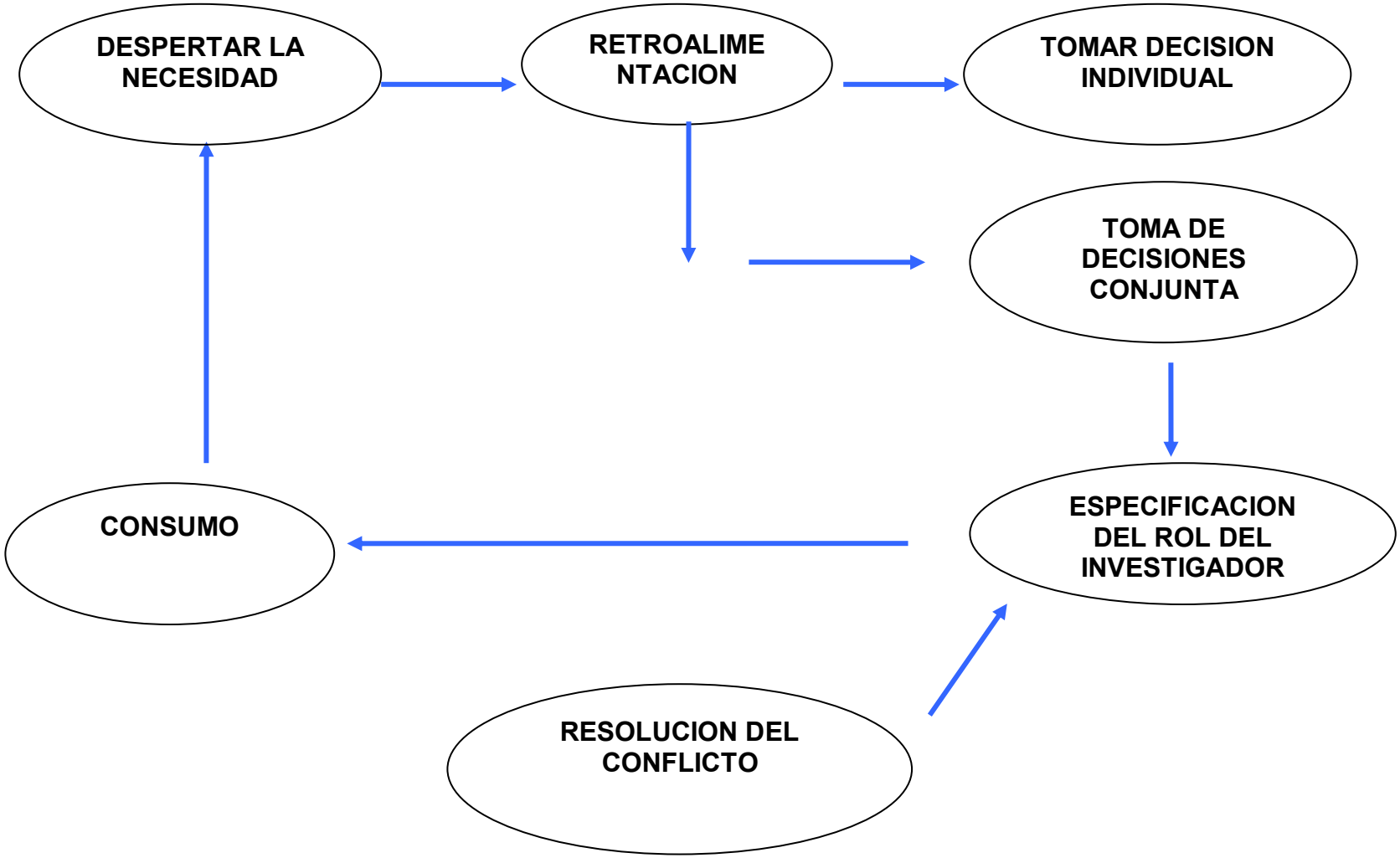
8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos:

1.Individuales, Portavasos $_____ 2. Tapetes $_____
3.Paneras $_____ 4. Lámparas $_____
5.Bolsos $_____ 6. Mochilas $_____
7.Alpargatas $_____ 8.Cinturones $_____

Nombre:_____

Genero: M___ F____ Teléfono:_____
Ciudad:_____

ANEXO 2 (MODELO ANALÍTICO) ASSEL HENRY



BIBLIOGRAFÍA

Rojas R María Claudia. Exprimiendo fique. Bogotá: UN Periódico

Universidad Industrial de Santander - Centro de Investigación. Cartilla Teñir La Cabuya Un Proceso Fácil. 2003

Vélez Vidal Jenny Andrea.Agencia Universitaria de Periodismo Científico AUPEC 2003.

Perez Mejia Jorge A. El fique su taxonomia cultivo y tecnología 2 ed Medellín:. Editorial Colina.1978 11 p.

Echavarría U Cristina.Tintes naturales para fique. Corporación Murundua. Medellín. 1987, 72 p

Devia Beatriz De la mano de la naturaleza Centrap-Ises, Bogotá, 1986, 27 p

Assael Henry Comportamiento del consumidor: 6ta edición . 1999

McDaniel Jr Carl, Gates Roger.Investigación de mercados contemporánea México 1999 125 p.

Informe del Sistema de Información para el Desarrollo Tecnológico -SIDETEC- en su revista Región Competitiva de julio del 2004.

mincomex-proexpor Colombia

Perfil Sectorial: Artesanías de Estados Unidos.

Marco A. González Gómez.

www.Plazacolombia.com