



PLAN SOCIOCULTURAL PARA EL APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS DEL PLÁTANO EN LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES

**SOCIOCULTURAL PLAN FOR THE USE OF BANANA RESIDUES IN THE MANUFACTURE OF
HANDMADE PRODUCTS**



PLAN SOCIOCULTURAL PARA EL APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS DEL PLÁTANO EN LA FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES

SOCIOCULTURAL PLAN FOR THE USE OF BANANA RESIDUES IN THE MANUFACTURE OF HANDMADE PRODUCTS

Adriana Rodríguez Morales¹

Resumen

Los residuos como la calceta de plátano, generados a partir de la postcosecha del plátano repercuten en consecuencias negativas para el cuidado de la tierra cultivada y no genera un valor agregado; el aprovechamiento de dichos residuos, en materia prima de otros productos artesanales, resulta una alternativa viable y sostenible en lo ambiental, económico y social.

Los estudios recientes enmarcan el uso del plátano en el sector alimenticio, sin embargo, se destaca la importancia y objeto del presente proyecto a través de la elaboración de un plan sociocultural para el aprovechamiento de residuos del plátano en la fabricación de productos artesanales, usando tecnología dura y blanda con el fin de impactar el sector turismo, el cual tiene un porcentaje de participación significativo en la región de Caldas.

Entre las técnicas de recolección de datos usadas fue la encuesta, donde se identificó los aspectos más importantes desde el punto de vista social, cultural, económico de los cultivadores y artesanos, y así establecer el plan sociocultural, con el método lienzo de CANVAS, herramienta que divide en nueve módulos básicos la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos de acuerdo al segmento del mercado, la propuesta de valor, los canales, la relación con clientes, las fuentes de Ingreso, los recursos claves, las actividades Claves, las asociaciones claves y la estructura de Costos. (Lara Hernández & Hernández Camacho, 2017)

Establecer una cadena de valor donde se amplíe la cultura de la siembra de plátano enfocada hacia el uso de los subproductos comerciales, utilizando tecnología diseñada para tal fin, repercute positivamente en la población cultivadora del plátano.

¹ Ingeniera de Alimentos, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Instructora SENNOVA, adrrodriguez@sena.edu.co
ORCID ID 0000-0003-4664-7507.

Palabras clave: artesanía, plátano, residuo, socio- cultural

Abstract

The residues such as the banana sock, generated from the post-harvest of the banana have negative consequences for the care of the cultivated land and do not generate added value; The use of said waste, as raw material for other artisan products, is a viable and sustainable alternative in environmental, economic and social terms.

Recent studies frame the use of banana in the food sector, however, the importance and purpose of this project is highlighted through the development of a sociocultural plan for the use of banana residues in the manufacture of artisan products, using technology hard and soft in order to impact the tourism sector, which has a significant percentage of participation in the Caldas region.

Among the data collection techniques used was the survey, which identified the most important aspects from the social, cultural, and economic point of view of the growers and artisans, and thus establish the sociocultural plan, with the CANVAS canvas method, a tool that divides into nine basic modules the logic that a company follows to achieve income according to the market segment, the value proposition, the channels, the relationship with clients, the sources of Income, the key resources, the Key activities, the associations keys and cost structure (Lara Hernández & Hernández Camacho, 2017)

Establishing a value chain where the culture of banana planting is expanded focused on the use of commercial by-products, using technology designed for this purpose, has a positive impact on the banana growing population.

Keywords: Crafts, plátano, Residue, Cultural-Partner

1. Introducción.

Este proyecto fue diseñado con el fin de impactar a los sectores de los artesanos y cultivadores de plátano de la región de Caldas, dado que se ha observado a lo largo del desarrollo de éste, como estos dos sectores se podrían unificar para obtener productos de alta calidad artesanal.

El plátano es el cultivo más sembrado en el país y uno de los más importantes en la canasta familiar de los Colombianos, en el 2019 las hectáreas de este cultivo aumentaron en el 5 %, llegando a 4.805.629 Toneladas, Caldas es el sexto productor de plátano a nivel país (Agr & Marzo, 2020), de los desechos del plátano, la que ha sido más estudiada, es el seudo tallo o tallo falso, formado por un conjunto de vainas foliares, que le permite ser muy resistente, y de la cual se obtiene fibra, usada para la elaboración de cestería, en los departamentos de Córdoba, municipio de Montería, Cereté, Loricá, Momil; Prado, Sevilla (Magdalena); Colosó (Sucre), y Duitama en Boyacá (Linares et al., 2008), siendo una materia prima poco explotada en el departamento de Caldas, solamente se encontraron que los grupos indígenas como los Emberá Chami del municipio de Riosucio, y un artesano de la ciudad de Manizales hacen la utilización de la calceta de plátano en sus artesanías, los primeros en la elaboración de carpetas, canastos, portavasos, joyeros, esteras, sufridores para animales, y el otro en la elaboración de muebles.

En Colombia existen cerca de 114 especies herbáceas de las que se extraen fibras vegetales como el algodón, el fique y otro tipo de fibras que son utilizadas por indígenas y campesinos para la elaboración de cestería y cordelería (Linares et al., 2008). Una de las especies herbáceas que puede ser aprovechada como fibra es la del plátano, el cual se cultiva en clima tropical y es originario de Asia Meridional, pertenece a la familia de las Musáceas, que comprende dos especies: Musa Cavendish (Bananos) y Musa Paradisiaca (plátanos); fue llevado a América en el año 1516, convirtiéndose en una de las frutas más consumidas del mundo produciéndose en más de 130 países. Existen distintos tipos de plátanos entre los cuales están el plátano hartón, Congo, guayabo, cuarentón y dominico, los cuales además de su uso alimenticio tienen diferentes usos medicinales gracias a valores nutricionales (Hernandez, 2009). La extracción de fibra de plátano hasta ahora se ha obtenido solo del pseudo tallo de la planta. Este proceso puede ser físico, químico y biológico,

inicia con el pretratamiento, realizando una limpieza, para posteriormente ser separando el pseudo tallo de las diferentes capas que lo conforma, extrayendo de cada una de ellas la parte central llamada corazón del que se rescata la celulosa a través del raspado y se desecha la lignina. La fibra obtenida se seca al sol y se evalúa su resistencia con un dinamómetro; ésta tiene una apariencia mercerizada como el algodón de las textilerías, este método es manual (Moreno Saenz, Diana Alejandra, Neusa Rey, 2021), en el mercado se identifican máquinas comerciales para la extracción de la fibra de plátano y banano, que han sido desarrolladas por instituciones universitarias, compuestas de rodillos dentados, que permite la separación de la fibra con fuentes mecánicas (Agencia de Noticias UN, 2013); también se realizan extracciones, con el método de enriado química, usando sustancias alcalinas y ácidas, no siendo el más óptimo por la complejidad y manejo de sustancias químicas, se trabaja también con métodos orgánicos, con la cocción de las fibras de la corteza en ceniza de madera, secado al sol para la descomposición microbiológica, previa inmersión en agua, la dificultad de esta extracción es la poca estandarización de la fibra, relacionada con los aspectos mecánicos, característica fundamental para la estabilidad y dureza de los productos artesanales en la fabricación de canastos, textiles, muebles entre otros. (Moreno Saenz, Diana Alejandra, Neusa Rey, 2021). También se ha identificado varios estudios para elaborar productos textiles a partir de fibra de pinzote.

Teniendo en cuenta la información encontrada en la primera fase del desarrollo del proyecto de un textil a partir de los residuos del cultivo de plátano, se ha logrado establecer que son varios los estudios relacionados con este tipo de industria, encontrando equipos que desarrollan el proceso de la extracción. Empresas a nivel nacional e internacional que vienen laborando varias alternativas a partir de la obtención de la fibra; por ello se hace necesario realizar un ajuste al proyecto que permita tomar el total de toda esa tecnología y darle otro enfoque económico desde el punto de vista de una cadena de valor, especialmente en la región de Caldas. Se ha identificado que no hay productores industriales que trabajen de forma organizada este tipo de industria a partir de subproductos del plátano. Se observaron volúmenes importantes en el cultivo del plátano, pero básicamente direccionados a la producción de plátano y banano (Agr & Marzo, 2020), como un sistema de comercialización primaria, sin embargo, en Caldas no se han encontrado este tipo de alternativas hacia el sector artesanal. Por ello se tomará la totalidad de la investigación establecida,

desde el punto de vista de equipos, procesos y alternativas para el planteamiento de un plan de cadena de valor, que relaciona todos estos aspectos anteriormente mencionados en la región de Caldas, especialmente en aquellos sectores como Villamaría, estableciendo un plan de trabajo de tipo comercial, cultural y social para la obtención de productos artesanales a partir de la fibra de plátano. La cadena de valor es importante porque las organizaciones independientes, desde el punto de vista de cualquier sector requieren dentro de su desarrollo misional la creación de una cadena de valor y la gestión de dicha cadena. "El valor de las fijaciones culturales esta especialmente relacionado con los méritos artísticos, arquitectónicos, históricos o simbólicos para el arte o la tradición, así como las expresiones y medición que se emplean para estos valores lleguen a las audiencias y público (Linares et al., 2008). Por lo mismo los bienes y servicios culturales proveídos por aquellos, propician el surgimiento de sentimientos de vínculos de los individuos hacia un territorio, contribuyen a la formación ciudadana y al legado de futuras generaciones de saberes, valores y significaciones típicas de una localidad, región o nación, así lo establece Artesanías de Colombia, como uno de sus pilares de trabajo y a través de los diferentes programas realizados. Teniendo en cuenta todos estos aspectos se trabajó con el diseño de un Plan Sociocultural donde se amplie la cultura de la siembra de plátano enfocada hacia el uso de los subproductos comerciales, utilizando tecnología diseñada para tal fin. Dentro del sector cultural se encuentran dos tipos de actividades, las primarias que están relacionadas con la creación, producción, comercialización y entrega de creaciones tangibles e intangibles. Tangibles como un cuadro, un bolso, una canasta, un textil y un servicio como piezas musicales, entre las primarias se encuentran: logística de entrada, operaciones y procesos, logística de salida, marketing, ventas y servicios. En las actividades secundarias, desde el punto de vista del sector cultural, son actividades de apoyo que aportan a la última ejecución de actividades primarias. Las actividades secundarias se dividen en: infraestructura de la organización, gestión de talento humano, desarrollo, investigación, uso de tecnologías y aprovisionamiento. El anterior proyecto toma de referencia el planteamiento inicial hecho, más la tecnología y los diferentes productos y procesos para el desarrollo de una cadena de valor en Caldas, en aquellos municipios donde se cultive una gran proporción del plátano.

En el Plan de desarrollo de Caldas “Primero la Gente” dentro de las iniciativas o programas del sector cultural hasta el 2023, se cuenta con opciones para los subprogramas de acceso a bienes y servicios culturales, tenemos como indicador el número de subregiones que fomentan las expresiones artísticas y culturales; fomentando estas expresiones de cultura en el departamento, “Empresariales e iniciativas de comercialización de artesanías, motivando un comercio justo”(De, 2007). sin embargo no se contemplan aspectos relacionados con la promoción de elementos artesanales generados de producciones alternas a los cultivos nacionales, identificando una brecha del uso de subproductos dentro del sector de la cultura como una posible alternativa de generación de nuevos ingresos a familias o agremiaciones cultivadoras del plátano, este proyecto pretende diseñar este plan que permita generar una alternativa económico-financiera y sociocultural del cultivo de plátano en las regiones cercanas a Manizales. Tomando en cuenta el desarrollo tecnológico desde el punto de vista de procesos, maquinaria y transformación para los productos de fibra de plátano ya conocidos a nivel nacional e internacional.

2. Reflexión.

Desarrollo De Un Plan Sociocultural Para Utilización De Residuos pos cosecha Del Cultivo De Plátano En Familias De Caldas, con la definición de un modelo de Negocio de las empresas artesanales de Caldas, y sus aliados los Cultivadores de Plátano de la Región, tomando los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en las zonas del Departamento de Caldas, donde se encuentran ubicadas los artesanos; la muestra que se seleccionó del total de la población 1636 ciudadanos, quienes realizaron diferentes actividades culturales del Departamento, es de 61 artesanos; que han sido ubicadas de la base de datos suministrada por varias entidades como Artesanías de Colombia y la Corporación de Caldas.

Los municipios evaluados son Manizales, Villamaría, Aguadas, Anserma, Aránzazu, la Merced, Marquetalia, utilizaron diferentes herramientas para la obtención de estos resultados como lo fueron, el correo electrónico, llamadas, entrevistas personales (visitas en campo) y por redes sociales como Whatsapp, Instagram.

Al momento de realizar las encuestas se identificaron varios datos que no habían sido actualizados y/o que no corresponden con las personas registradas en la misma, como por ejemplo correos electrónico mal escrito y erróneo, nombres mal escritos, números de teléfono desactualizados, etc. Existieron varios errores que nos imposibilitaron podernos comunicar de manera efectiva con la cantidad de personas requeridas para la muestra. Cabe resaltar que la base de datos fue actualizada en el 2014.

En la elaboración de las encuestas con el gremio de los artesanos se ha detectado un grado de insatisfacción referente a que el SENA no les ha brindado la suficiente capacitación para la elaboración de sus artesanías, por otro lado, otros cuantos se refieren a la falta de tiempo ya que, hecho de tener un cubículo de artesanías, y el hacer artesanías generan demasiado tiempo y para realizar capacitaciones no les daría. Dejando claro que este solamente es un proyecto investigativo, para determinar la probabilidad de desarrollarlo más adelante.

Una vez identificadas estas necesidades, se utiliza la herramienta Lienzo de Canvas, siendo una técnica de innovación, que fue fundada por Diners Club al introducir la tarjeta de crédito en 1950, al igual que Xerox, que introdujo el alquiler de fotocopadoras y el sistema de pago por copia en 1959. De hecho, la innovación en modelos de negocio se remonta al siglo XV, cuando Johannes Gutenberg buscaba aplicaciones para el dispositivo de impresión mecánica que había inventado.(Lara Hernández & Hernández Camacho, 2017); a continuación el desarrollo del modelo, con el análisis del resultado de las encuestas, que nos responden las preguntas planteada en cada uno de los 9 módulos del modelo canvas, 1. Segmentos de mercado. 2. Propuestas de valor. 3. Canales. 4. Relaciones con clientes. 5. Fuentes de ingresos. 6. Recursos clave. 7. Actividades clave. 8. Asociaciones clave. 9. Estructura de costes.

SEGMENTOS DE MERCADO.

Las diferentes empresas o personas a las cuales se dirigen los productos que se elaboran, son los clientes; estos están segmentados de acuerdo a sus características específicas; para el caso de los artesanos estos podrías estar clasificados como; personas que gustan de las artesanías, por colección, para un obsequio, para adorno. Personas que visitan los eventos, ferias artesanales

(tienen un objetivo claro de compra). Personas que adquieren los productos por recomendación de otras personas. Turistas de otras zonas del país o internacionales (turistas: personas de paso por un área geográfica, diferente a sus lugares de vivienda) (Arguello & Arias, 2014)

¿Para quién creamos valor?,

Los artesanos crean valor de acuerdo con el tipo de elemento que elaboran, cada uno tiene una característica específica ya sea de uso, precio, calidad, innovación, cultura, necesidad, tradición, identidad, entre otros. Los segmentos de mercado están determinados por un tipo de venta, que en la mayoría de los casos es directa al consumidor final. No se han identificados modelo de negocios, pero si capacitaciones para estrategias de mercado y agrupaciones de artesanos como barrio amigo que cuenta con algún tipo de modelo de negocio (ferias callejeras).

¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?,

Las artesanías pertenecen al sector industrial cultural y hacen parte de la cadena del diseño, del folclor, de las tradiciones de un país, de las atracciones culturales y los eventos socioculturales; estas han vendido evolucionando en un saber artesanal en diferentes mercados nacionales e internacionales, utilizando diferentes canales de comunicación y estrategias de comercialización. (Navarro, 2016), es por esta razón que los clientes son personas interesadas en adquirir productos artesanales y participan en actividades socioculturales, que busca satisfacer un gusto o hobby.

RELACIÓN DE LOS VARIOS SECTORES DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA CALCETA DE PLATANO.

Mercado de masas.

Satisfacción de necesidades culturales de clientes que buscan en las artesanías artículos para conservar como parte de una actividad de descanso u ocio, los productos a partir de la calceta, tiene su origen en poblaciones de Córdoba como Rabolargo y Cerete, también se ha desarrollado en departamentos que no tiene vocación, ni cultivos de plátano como Somondoco-Boyacá. Toda una industria artesanal, que ha contado con el apoyo de Artesanías de Colombia en diferentes actividades de capacitación, con la elaboración de planes de negocio. Los productos artesanales

atraen una masa importante de clientes al estar agrupados en actividades como ferias artesanales nacionales como Expo artesanías.

Nichos de mercado.

los productos artesanales elaborados con calceta de plátano son: sombreros, que tienen un nicho específico de consumidores, especialmente personas que participan en ferias y fiestas culturales, empaque, elementos decorativos, que son del gusto de personas que decoran con elementos artesanales, bolsos, accesorio indispensables que hacen parte de los accesorio diarios y así se podría estar señalando muchos más elementos que hacen parte de los diferentes tipo de productos elaborados con calceta y que pertenecen a nicho de mercado específicos, de acuerdo al gusto de los consumidores.

PROPUESTA DE VALOR.

El conjunto de los productos y servicios que satisfacen un sector del mercado artesanal, donde se entrega lo requerido por el cliente, desde el punto vista de gusto, agrado, valor, servicio, entrega, durabilidad, es lo se llamara propuesta de valor. En el sector artesanal las propuestas de valor son innovadoras, ya que se está ofreciendo producto que no son comunes; están relacionados con una cultura específica en una región también única, que determina, características diferenciadoras.

¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?

Está determinada por cada uno de los productos artesanales que se ofrece a las personas que buscan en estos un estilo de vida y de identidad.

PROPUESTA DE VALOR PARA LOS PRODUCTO APARTIR DE LA CALCETA DE PLATANO.

Novedad.

En Caldas se ha identificado un artesano que trabaja con Calceta de plátano, elaborando muebles, como comedores, salas, bibliotecas, juego de alcoba que combina con otros materiales sintéticos, también se encontraron productos de cestería y bolsos, fabricados con calceta de plátano, mezclados de caña brava y cuero en los municipios de Supia y Riosucio (Socarrás, 2014). Durante



la vigilancia tecnológica se ha establecido que se puede utilizar en la elaboración de textiles y prendas de vestir. Esta materia prima es muy versátil y puede ser usada como complemento de otras fuentes naturales, para obtener varios productos artesanales, generando productos con valor agregado.

Personalización.

Teniendo en cuenta las diferentes alternativas en la que se puede utilizar la materia prima calceta de plátano en la elaboración de productos artesanales, se puede crear un mercado que genere valor de acuerdo con las necesidades de los clientes externos nacionales e internacionales y dentro del mismo gremio de artesanos.

Diseño.

El diseño de los productos artesanales es un factor importante dentro de las artesanías, que determina un diferencial entre las varias opciones que se pueden generar con la materia prima calceta de plátano y es determinante en la propuesta de valor de nuevas alternativas artesanales.

Accesibilidad.

Los productos artesanales están disponibles en los lugares de origen, pero ya se puede adquirir por diferentes medios, como la tienda virtual de Artesanías de Colombia o las diferentes páginas web internacionales dedicadas a esta actividad. Más la participación en actividades culturales que se realizan en los diferentes eventos regionales.

CANALES

Los Artesanos tienen un problema y es el de distribución de sus artesanías y es que solo pueden llegar a un público limitado y es el que se encuentra dentro de su propia ubicación geográfica, todo esto es limitante para su producto dado que no tienen una opción para movilizar y darlo a conocer a sus clientes, Existe quienes tienen mayor posibilidad de dar a conocer sus productos a mayor cantidad de público pero con un reconocimiento económico muy pequeño, por lo general los canales más utilizados han sido los tradicionales como el voz a voz, la venta directa con el cliente, venta por medio de terceros y venta de sus productos a mayoristas quienes compran sus productos

por muy poco precio y no genera una buena cantidad de ingresos y reconocimiento de su trabajo a los artesanos, lo que se busca es generar una nueva alternativa para mejorar la comercialización de sus productos.

¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?

Según nuestros resultados arrojados por la encuesta anteriormente realizada con artesanos de la región los canales preferidos para dar a conocer su producto y comercializarlo son por decirlo así los “tradicionales”, los cuales se componen de las siguientes características contacto directo con el cliente, venta del producto en calle, venta en vivienda y en ferias, las cuales las anteriormente mencionadas abarcan una mayor cantidad de clientes y clientes potenciales para el consumo de su producto.

¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?

Actualmente el contacto con el cliente se hace de manera directa y/o por medio de terceros que compran el producto ya sea en un local, en la casa del artesano, los artesanos se encuentran en calle y establecen contacto directo con el cliente, También se dan a conocer por medio de terceros los cuales se encargan de hacer una publicidad al producto y al artesano que lo fabrica.

¿Cómo se conjugan nuestros canales?

Nuestros canales se conjugan de tal forma que sea más viable, fácil, seguro y rápida la entrega de los productos al cliente sin sacrificar costos, inventarios (surtido), tiempo, y todo tipo de variables que pueden afectar la entrega del producto al cliente, ya sea en su vivienda, o en otras tiendas diferentes a la cual el cliente conoció o supo del producto que compro lo cual les da un plus a estos productos en su servicio de venta.

¿Cuáles son más rentables?

Hasta el momento el canal más rentable según estudios realizados por artesanías de Colombia en su parte investigativa ha sido el canal de contacto directo porque abarca mucho más cliente y cliente potencial que consume y que puede llegar a consumir sus productos, si no lo hacen en un

preciso momento el que pueden estar visualizando los productos, lo pueden hacer en un futuro los cuales ayuda a una voz a voz para poder comercializar su producto.

¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?

Los ayudamos mediante la propuesta de productos innovadores con un sentido más práctico, verde que les dan un valor agregado a productos como las artesanías a base de residuos de calceta de plátano que los hace únicos a diferencia de otros productos artesanales que son competencia de forma directa para nosotros y los productos y el impacto generado en la sociedad y en la vida de los artesanos y la seguridad de calidad e innovación en las artesanías.

¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?

La satisfacción del cliente se puede encontrar no sólo calidad, sino también la satisfacción del cliente con el producto, que sea llamativo, acorde con las temáticas del lugar o de la región etc, podemos ofrecer la cualidad de que sean artesanías de que a lo largo del tiempo sean durables y entre esas características se encuentren que las condiciones físicas sean las mismas desde su proceso de elaboración, venta y distribución al público, que conserve las características por lo menos físicas no sufran un deterioro mayor a lo esperado ya que las químicas son un poco más difíciles de controlar, pero asegurarse de que sus características sean de mejor calidad, (entiéndase como características químicas a todos aquellos elemento en los cuales no podemos tener influencia por ejemplo: pintura, y todo tipo de elementos químicos que interfieren en la calidad del producto).

RELACIONES CON CLIENTES

La relación con los clientes se establece de múltiples formas como lo son de forma directa, de forma indirecta por todo tipo de canales de comunicación como los son vía chat, correo, celular, páginas de internet, etc.; pero se presenta de manera mucho más efectiva y eficaz de forma directa, según las fuentes que hemos investigado y en lo que hemos podido concretar hasta este momento del proyecto podemos evidenciar que la relación con los clientes se hace de una

manera mucho más eficaz cuando la relación es de forma directa ya que se llega a un buen acuerdo cuando la relación se presenta además fortalece la cadena de valor debido a la experiencia, la empatía, los acuerdos y todo tipo de situaciones que puede hacer una venta con un efecto más

positivo en el cliente determinando así un buen impacto socio-económico en la vida del artesano y en la aceptación de sus productos en el mercado.

Además, la fidelización, captación y seguimiento a clientes y clientes potenciales se hace de manera mucho más dinámica y mucho más fiable no sólo para determinar la aceptación del producto sino también para asegurarnos de que el producto cuente con las características y cumpla con los requerimientos y expectativas del cliente para su buena comercialización

¿Cuál es su coste?

El coste de la relación con un cliente se presenta principalmente de forma incontable dado que se enfatiza primero de una forma que se quiere medir la aceptación de su producto generando un impacto en la sociedad establecida o elegida para generarlo, Conocida la magnitud de ese impacto genera un valor a su producto, ya sea en producción, calidad, innovación, diseño y otras características que tienen un costo determinado para su elaboración.

Un buen impacto genera un costo bien valorado por el producto que se ha sometido a producción, lo que se busca es generar un impacto positivo en innovación, calidad y aceptación de productos artesanales mediante el uso de nuevas tecnologías, materiales y dando a conocer el impacto económico, social, familiar etc.; que se genera a partir de la elaboración de artesanías a base de calceta de plátano.

¿Cómo se integran a nuestro modelo de negocio?

Se integran de manera que el impacto que se busca generar en la población específica pueda engranar de manera positiva, sea viable y direcciona una guía que mejore la cadena de valor no solo del plan sino también de los productos, buscando mejorarlo de manera positiva buscan generar un gran impacto económico, social y de producción, relacionándose así: gustos, necesidades, temáticas versus innovación, producción, que quiere el cliente, que busca, que necesita; estas características generan en nuestro modelo de negocio que busca la innovación de productos artesanales a base de calceta de plátano y darle un valor agregado a todo este tipo de productos haciéndolos más ecológicos y generando un impacto positivo no solo en el aprovechamiento de recursos naturales, sino también el mejoramiento del aspecto sociocultural y económico de la vida

de los artesanos que de manera general es de un aspecto no muy bueno con algunos percances, y lo que se busca con este plan es mejorarlo para hacer no solo su vida mucho más fácil, sino que sus ingresos, su trabajo y su labor sea reconocida y perfectamente valorada dándole un plus en innovación a sus productos y a su cadena de distribución y venta de los mismos llegando así de una manera más fácil a más público y a más lugares en los que su producto puede ser aceptado de una mejor manera por el público y por el reconocimiento cultural y artesanal de las personas que realizan este tipo de actividades

ASISTENCIA PERSONAL.

La relación con el cliente se encuentra en conocer su punto de vista con los nuevos materiales y a esta nueva forma de elaborar, magnificar e intensificar la creación de productos artesanales con materiales nuevos para la nueva generación de producción e innovación en los mismos, mejorando la calidad en el proceso no solo de venta, sino también en la fabricación de las artesanías en las que el cliente haya dado su participación, por ejemplo la EAT (empresa asociativa de trabajo) desarrollo de la mano de artesanos de Somondoco en Boyacá para fortalecer las artesanías a base de residuos de calceta de plátano los cuales son ofrecidos a sus clientes en la plazoleta del pueblo.

Creación colectiva

Los nuevos artículos son innovadores con nuevos materiales y diseños, para ello se pide ayuda a los clientes, comunidad, interesados, expertos y empresas relacionadas con el sector artesanal para la elaboración de nuevos elementos con un valor agregado, la colaboración con este tipo de personas, empresas etc... Para mejorar no solo la calidad de los materiales, sino también la calidad de sus productos finales y generar una propuesta de valor mucho mayor que solo utilizar nuevos materiales como la calceta de plátano.

FUENTES DE INGRESOS

La fuente de ingresos del sector artesanal está referenciado con respecto al costo de producción de un artículo, teniendo en cuenta los materiales, tiempo y tipo de producto elaborado por el artesano; Entendiendo lo anterior mencionado los artesanos compiten con bajos precios para tener éxito en cuanto a la comercialización de sus creaciones artesanales los cuales son vendidos de forma directa

con el cliente y su método de pago es el efectivo, Actualmente no tienen la opción ni la forma de efectuar pagos por tarjeta de crédito o débito, PayPal, transferencias u otros métodos de pago que les facilite tanto al cliente como al artesano del poder adquirir uno de sus productos; solo empresas grandes como artesanías de Colombia entre otras ofrecen otros métodos de pago en la venta de artículos artesanales. (Navarra, Hoyos, 2014)

¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?

El valor que están dispuestos a pagar nuestros clientes, es el justo, equilibrado y equitativo entre: producto, diseño y calidad, el costo comercial de las artesanías varía según su complejidad de elaboración, material y tipo de artesanía elaborada; los precios rondan desde los \$ 2.000 dos mil pesos con objetos como aretes, hasta valores muy altos como por ejemplo \$ 600.000 seiscientos mil pesos, con productos mejor elaborados y más complejos como sillas, mesas etc.

El precio puede aumentar según el tipo de artesanía, tamaño, tipo de elaboración y tiempo de ejecución del producto. (Plan de negocio calceta de plátano)

FORMAS DE GENERAR FUENTES DE INGRESOS CON RELACIÓN A LA CALCETA.

venta de activos

La venta de derechos sobre un producto para la acción de mejora con respecto a la utilización de nuevos materiales como la calceta de plátano, un rediseño o simplemente darle un enfoque diferente al elemento, le da un plus y una nueva fuente de valor no solo a las artesanías elaboradas a base de calceta de plátano; sino que también a los artesanos les genera mayores ingresos. (Plan de negocio de calceta de plátano)

Gastos de corretaje

El gasto generado por la utilización de nuevos materiales implica la consecución de materias primas en este caso la calceta de plátano a la que es de fácil acceso, pero que no todos los artesanos tienen a la mano para poder elaborar sus artesanías, algunos pueden elevar los precios finales de sus productos para poder encontrar esta materia prima.

Lo que se busca es que sea fácil y económico trabajar con esta materia prima (calceta de plátano) dado que es abundante en el departamento y el costo de elaboración de artesanías con este material sería mucho más económico, además tiene un plus que es un material no muy trabajado en el sector artesanal. (Plan de negocio de calceta de plátano)

Publicidad

Se dará a conocer los beneficios de la utilización de residuos de calceta de plátano como innovación en los productos artesanales por medio de redes sociales, internet, involucrando a ARTESANÍAS DE COLOMBIA y su página web (http://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/General/template_index.jsf) como fuente de distribución de información hacia los clientes que quieren conocer más acerca de estos artículos como adelanto en tecnología, ecológicos, y diseños mucho más llamativos, lo cual va a la vanguardia la actual época donde la producción tiene un enfoque a cuidar el medio ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, minimizando costos y produciendo un valor agregado a sus artesanías.

RECURSOS CLAVES

Como bien se ha visto en el desarrollo de esta investigación muchos de los recursos claves que se necesitan para elaboración de este proyecto proviene de entidades como Artesanías de Colombia, Corporación para el Desarrollo de Caldas, Barrio Amigo, que son organismos que hasta la fecha están invirtiendo en capacitar y dar asesorías a los artesanos.

Los recursos claves son las personas que se dedican al diseño, elaboración y venta de las artesanías al público, también encontramos las maquinarias, materias primas, herramientas, accesorios, técnicas, recursos económicos y los procedimientos que hacen parte de la transformación de las artesanías

¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingreso?

El mayor recurso clave serán las artesanías y las materias primas para su elaboración; vemos además como en las familias de artesanos se va fortaleciendo el legado familiar, en continuar con esta tradición de la realización de esto. De acuerdo con la opinión de diversos autores tales como Arguello Leidy y Arias Sandra nuestros artesanos se apoyan entre ellos para la fabricación y distribución de sus artesanías, dado que con ellos realizan el trueque. (Arguello & Arias, Análisis cualitativo de la actividad artesanal, 2014).

El cultivo de plátano ha pertenecido a la economía campesina, la cual no ha visto la calceta como otra fuente de ingreso, en donde además de ser una materia prima para la venta, se puede elaborar nuevas artesanías a partir de sus fibras.

La venta directa al consumidor final hace parte de la estrategia que tienen los artesanos para la comercialización de sus productos, esto les permite llegar de una manera más personalizada a los clientes y poder ofrecer su catálogo, utilizando como volumen de venta los pedidos y encargos y lo que pueden producir para vender principalmente en su localidad. (Arguello & Arias, Análisis cualitativo de la actividad artesanal, 2014).

Económicos

La falta de dinero, los costos del material y los escasos de estos son las principales dificultades que tienen los artesanos para acceder a las materias primas o materiales. (Arguello & Arias, Análisis cualitativo de la actividad artesanal, 2014).

De ahí pues que las artesanías a base de calceta de plátano dependen su valor comercial directamente de la calidad, combinación de colores, nuevos diseños, productos funcionales que satisfagan la necesidad del consumidor. (Jaimes, 2014)

Como lo expresa anteriormente Humberto Martínez, artesano local; “el precio por 4 calcetas de plátano es de \$50.000 pesos que equivale a la extracción de la planta de la finca y el transporte hasta la fábrica”; “la elaboración de un mueble pequeño en calceta de plátano vale \$400.000 pesos teniendo todos los materiales como lo son la madera para el armazón, la fibra de calceta y el bambú para moldear el diseño de la silla, me demoro 2 días en su elaboración.”

ACTIVIDAD CLAVE

En cuanto a la actividad clave cabe destacar que muchas empresas se buscan una función que las destaque sobre las demás así estas desempeñen las mismas actividades económicas.

Dando un valor agregado a sus productos para generar la recordación de sus clientes, sea en el diseño, tipo de empaque o material en el que elaboran. Todo esto en conjunto hace a las empresas únicas y recordadas entre las demás.

¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?

Las actividades claves para desarrollar serán las de las artesanías a base de calceta de plátano. En efecto hay muchos tipos de artesanías a base de materiales reciclables y biodegradables, pero muy pocas explotadas en la región a base de calceta de plátano, y este será la actividad clave, además se observa que este producto al ser poco explotado en la región se convierte en residuos biodegradables para los agricultores, convirtiéndose en contaminantes de las aguas subterráneas, se generan malos olores que van acompañados de la presencia de insectos y depredadores que alteran el equilibrio de los ecosistemas aledaños. (Manrique & Rivera , 2012)

La idea básica de lo expresado es que se cuenta con mucha materia prima para ser explotada de forma que se ayude al ecosistema y además retomar las costumbres de nuestros antepasados, que se han ido perdiendo a lo largo del tiempo.

Conforme a lo expresado anteriormente los canales de distribución que se manejan serán más que todo los personales, dado que los artesanos tienen sus propios puntos de ventas, ya sean dados por las alcaldías o puntos específicos en la calle, existen algunos otros que asisten a ferias invirtiendo ellos mismos en sus viáticos y en los de la persona que los acompañe.

Por esto sus relaciones con los clientes tienden a ser las mejores para poder generar en ello la recordación, recomendación y tal vez una contratación para un trabajo. Dado además que como sus ventas son personalmente ellos intentan generar confianza en los clientes y recordación y que mejor que con un buen trato o una venta realizada con amabilidad y respeto.

ASOCIACIONES CLAVE

¿Quiénes son nuestros socios clave?

Los socios claves en la creación de artesanías a base de calceta de plátano serán las entidades como Barrio Amigo, Corporación para el Desarrollo de Caldas, Artesanías de Colombia, Mesa de competitividad Musáceas, cultivadores independientes de plátano de la región.

Estos últimos realizan sus producciones en cantidades significativas las cuales no se encuentran contempladas en la base de datos de las musáceas, dado que esta se encuentra desactualizada, ya que al momento de la realización de las entrevistas se encontró que algunos cultivadores ya no producían plátano en sus fincas, mientras que otros apenas están comenzando con sus cultivos, observando la rentabilidad que este produce.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Durante el diagnóstico realizado aproximadamente un 90% de los artesanos encuestados no realiza un análisis de costos estructurado, se toma el costo de los materias primas usadas, un valor del costo de mano de obra, tomando como base el mínimo salario vigente, (valor por hora) y en el mejor de los casos en porcentaje de ganancias, no hay un plan de negocios estructurado, en el Proyecto Fortalecimiento económico y comercial de las vocaciones productivas artesanales del departamento de Caldas, se trabajó con un plan de negocios en Marmato, el cual tomamos como base para este estudio (Gutierrez, Colange, 2015), los aspecto evaluados son: 1. Mercado objetivo al que van los productos (turistas, personas que gustan de accesorios artesanales), 2. Comercialización, que actualmente se hace voz a voz, en la página de artesanías de Colombia se cuenta con una compra de productos artesanales Online, no se dispone de catálogos. 3. Estrategia de Marketing, análisis del DOFA, herramienta indispensable, que no es conocida ni aplicada por los artesanos. 4. Finanzas, viabilidad financiera, análisis VPN y TIR. 5. Equipo Humano, perfil de las personas que laboran en las artesanías, experiencia, conocimiento.

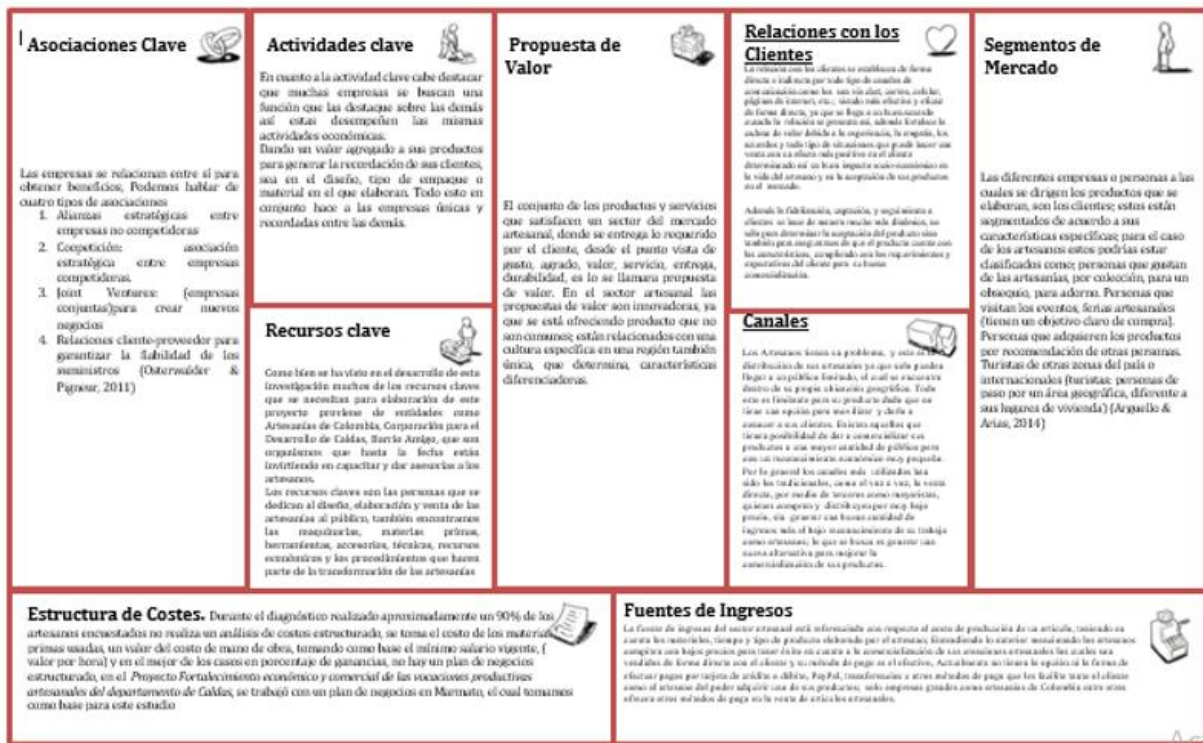


Ilustración 1 CANVA. Propuesta Cadena de Valor Caceta de plátano para uso en artesanías. Regional Caldas

3. Conclusiones

1. Durante el estudio, se identifica la oportunidad para dar a conocer a los artesanos de Caldas nuevas alternativas de materias primas naturales como Calceta de plátano, usando tecnologías duras y blandas, desarrolladas por las instituciones académicas.
2. El sector artesanal, continúan siendo aún muy informal, sobre todo en la ciudad de Manizales, aún con los proyectos de fortalecimiento que se han realizado por entidades del estado y privadas, como Artesanías de Colombia y Actuar.
3. Durante la consolidación de la información y base de datos de los artesanos, se idéntico que las entidades como Artesanías de Colombia y la Corporación para el desarrollo de Caldas, disponen de datos sin actualizar, lo que nos indica una posible desarticulación de estas entidades, encargadas de promover del desarrollo del sector artesanal en la Región.

4. Se identifica en la búsqueda; que, en el departamento de Boyacá, se disponen de productos artesanales, a partir de calceta de plátano

4. Referencias.

- Agencia de Noticias UN. (2013). Máquina para extraer fibras naturales de guadua y plátano. *Resumen de noticias Universidad Nacional de Colombia*, 2.
- Agr, C., & Marzo, F. (2020). *Cadena de plátano*.
- De, S. (2007). *P Lan E Statal De D Esarrollo J Alisco 2030*. 2023(787), 0-1.
- Hernandez, L. (2009). El plátano un cultivo tradicional con importancia nutricional. *Revista del Colegio de Farmacéuticos del Estado Mérida*, 13, 4.
- Lara Hernández, O., & Hernández Camacho, J. (2017). Generación de modelos de negocio. *Ciencias Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*, 5(10).
<https://doi.org/10.29057/esh.v5i10.2463>
- Linares, E. ., Galeano, G., García, N., & Figueroa, Y. (2008). *Fibras vegetales utilizadas en artesanías en Colombia* (Número January 2008).
- Moreno Saenz, Diana Alejandra, Neusa Rey, J. S. (2021). Evaluación Para La Obtención De Una Fibra Textil a Partir De Pseudotallo De Plátano. *Repositorio Fundación Universidad de América*, 1-88. <https://hdl.handle.net/20.500.11839/8317>
- Agencia de Noticias UN. (2013). Máquina para extraer fibras naturales de guadua y plátano. *Resumen de noticias Universidad Nacional de Colombia*, 2.
- Agr, C., & Marzo, F. (2020). *Cadena de plátano*.
- De, S. (2007). *P Lan E Statal De D Esarrollo J Alisco 2030*. 2023(787), 0-1.
- Hernandez, L. (2009). El plátano un cultivo tradicional con importancia nutricional. *Revista del Colegio de Farmacéuticos del Estado Mérida*, 13, 4.
- Lara Hernández, O., & Hernández Camacho, J. (2017). Generación de modelos de negocio. *Ciencias Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*, 5(10).
<https://doi.org/10.29057/esh.v5i10.2463>
- Linares, E. ., Galeano, G., García, N., & Figueroa, Y. (2008). *Fibras vegetales utilizadas en artesanías en Colombia* (Número January 2008).
- Moreno Saenz, Diana Alejandra, Neusa Rey, J. S. (2021). Evaluación Para La Obtención De Una Fibra Textil a Partir De Pseudotallo De Plátano. *Repositorio Fundación Universidad de América*, 1-88. <https://hdl.handle.net/20.500.11839/8317>