

Programa Nacional de Cadenas Productivas

**ESTRUCTURACION  
DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS  
TEJIDOS EN SAN JACINTO Y MORROA  
DEPARTAMENTOS DE BOLIVAR Y SUCRE**

2005



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanías de colombia.s.a.

## Hamacas de San Jacinto y Morroa

Entre las acciones se destaca el Convenio con el gobierno de Canadá en la década de los 80, que permitió la dinamización del comercio de hamacas y divisorias para mercados nacionales y de países del norte. En la última década se han cofinanciado proyectos con énfasis en aspectos organizativos y de gestión de la comercialización. Se han prestado asesorías en diseño para la diversificación del producto, cultivo de especies tintóreas e implementación de la tecnología de caldera a gas para el tinturado.

π ο η ο Α





## Cobertura Geográfica



## PUNTO DE PARTIDA



### Factores Críticos

1. Deficiente calidad las materias primas (tensión, grosor y fijación del color).
2. Materias primas no estandarizadas.
3. Materias primas con altos contenidos de Nylón.
4. Falta de plan para el suministro de materias primas (dependencia de un solo proveedor).
5. Faltan canales de distribución de la materia prima.
6. Falta organización para el suministro de materias primas, la producción y la comercialización.
7. Desarticulación con el eslabón de la producción.

### Opciones

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD



**Factores Críticos**

- 1. El uso de terlenkas y Prilecas deprecian el producto tradicional y no aporta valor.**
- 2. Falta de crédito para la compra de materias primas.**
- 3. Materias primas no estandarizadas afectan el producto final en costos y en calidad.**
- 4. Debilidades técnicas en los procesos de tejeduría.**
- 5. Insuficiencia tecnológica.**
- 6. Ausencia de mecanismos de planeación de la producción.**
- 7. Dificultades en la producción de hamacas y productos relacionados.**

**Opciones**

**CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD**

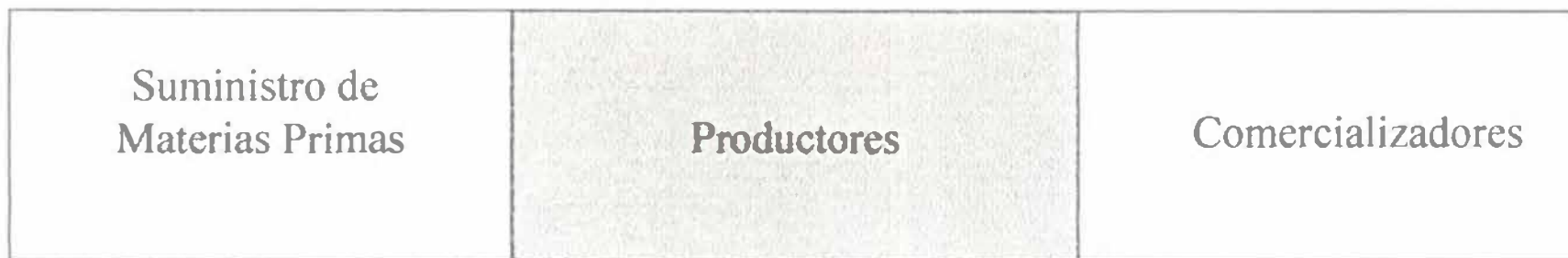
Suministro de Materias Primas	Productores	Comercializadores
-------------------------------	-------------	-------------------

## Factores Críticos

## Opciones

8. **Inadecuados volúmenes de producción con relación al mercado potencial.**
9. **Debilidades en los procesos de control de calidad.**
10. **Falta de asistencia técnica.**
11. **Necesidad de desarrollo de productos para mercados específicos.**
12. **Desorganización administrativa y falta de gestión empresarial.**
13. **Falta de capital de trabajo.**
14. **Desarticulación de los eslabones de la Cadena Productiva.**

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN  
DE ACCIÓN CON  
PARTICIPACIÓN DE LA  
COMUNIDAD

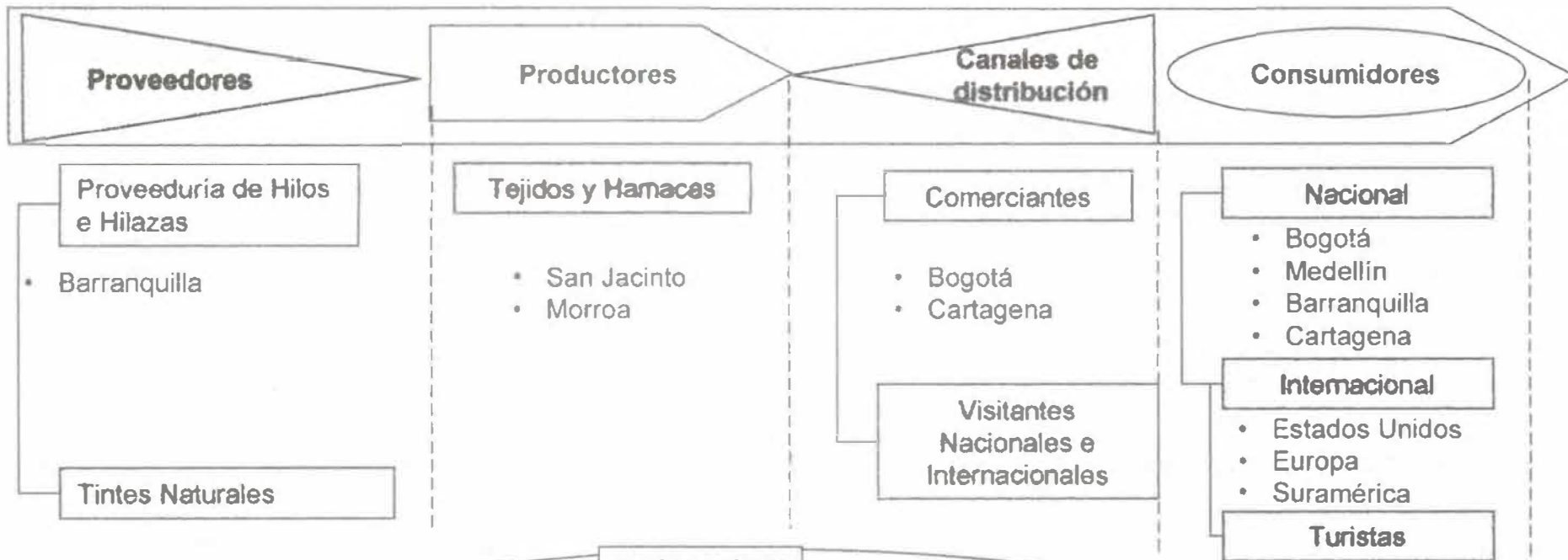


### Factores Críticos

1. Debilidades en la comercialización de los productos en el ámbito regional, nacional e internacional.
2. Comercialización directa en su propio taller y de carácter local.
3. Los productores e intermediarios estructuran su oferta a partir de la producción y no de la demanda.
4. Deficiencias en el desarrollo de estrategias de promoción y mercadeo.
5. Falta investigación de mercados
6. Competencia con la hamaca industrial.
7. Alta intermediación.
8. Desarticulación de los eslabones de la cadena productiva.

### Opciones

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN  
DE ACCIÓN CON  
PARTICIPACIÓN DE LA  
COMUNIDAD





### **Comunidades Artesanales, Artesanos Organizados e Independientes:**

- Grupo Precooperativo Casa de la Hamaca en Morroa.
- Artesanos Unidos de Morroa
- Asociación de Empresarios de Morroa ASOEMOS
- Comité Regional de Artesanos.
- Red de Artesanos de la Costa Atlántica.
- Empresa Asociativa Luz y Vida.
- Unión de Empresas Artesanales de San Jacinto.
- Cooperativa Artesanal de San Jacinto.
- Asociación de Artesanos de San Jacinto.
- Comité de Mujeres por el Progreso de San Jacinto.
- Empresa Asociativa de Trabajo Los Robles, San Jacinto.
- Fundación Microempresarial de los Montes de María.
- Empresa Asociativa de Trabajo, Balcones la Castellana, San Jacinto.



# Resumen de Proyecto

---

- El proyecto se orienta a estructurar y fortalecer los diferentes eslabones de la cadena productiva.
- Las estrategias de asociatividad integrará a los diferentes actores productivos artesanales, agentes de apoyo institucional de carácter privado y gubernamental y agentes interventores.
- Los procesos de integración conllevan al empoderamiento de los actores, a través de proyectos para el mejoramiento de la productividad, la competitividad y desarrollo del sector productivo.



# ¿Qué Busca el Proyecto?

---

- Penetrar, permanecer y competir con diseños innovadores en mercados especializados.
- Construir concertadamente propuestas integrales para fortalecer el suministro de materias primas.
- Implementar estrategias para cualificar el producto artesanal, a partir de asesorías en diseño para el desarrollo de productos, que permitan altos niveles de calidad y competitividad del producto artesanal.
- Acompañar a las unidades productivas en procesos asociativos, con el fin de fortalecer y posicionar la gestión artesanal y permita articular proyectos y programas, con estrategias y planes de desarrollo gubernamentales.



# ¿Qué Busca el Proyecto?

- Orientar y motivar a los actores productivos en la formulación y puesta en marcha de planes y estrategias para la producción, promoción y comercialización del producto artesanal.
- Fortalecer a los actores productivos en aspectos de imagen corporativa (etiquetas, empaques).
- Promover alternativas de producción que mejoren la calidad y recupere diseños tradicionales.
- Cualificar para la gestión empresarial, comercial.

# Actividades del Proyecto a Desarrollar por Eslabón

<b>Eslabón suministro de materias primas</b>	<b>Eslabón de la producción</b>	<b>Eslabón de la comercialización</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigación y aplicación tecnológica en materias primas y tintorería en tintes naturales.</li><li>• Capacitación y asistencia técnica para el uso de materias primas.</li><li>• Plan para el suministro de materias primas.</li><li>• Establecer centros de acopio de insumos y materias primas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organización empresarial para la producción y la comercialización.</li><li>• Capacitación empresarial</li><li>• Capacitación técnica en el oficio.</li><li>• Asesorías en diseño.</li><li>• Consolidación de redes de artesanos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitación comercial.</li><li>• Estudio de la demanda.</li><li>• Eventos promocionales y fériales.</li><li>• Comercialización nacional e internacional.</li><li>• Sello de calidad hecho a mano para la artesanía.</li></ul>



# ¿Qué se Espera al Fin del Proyecto?

---

1. Plan para el suministro de la materia prima, suministro, precio y calidad.
2. Apertura y posicionamiento en nuevos mercados.
3. Que se hayan aumentado de la capacidad de gestión empresarial y comercial.
4. Que se hayan desarrollado nuevas líneas de productos.
5. Aumento en los ingresos de los asociados.
6. Mayores volúmenes de productos.
7. Que los artesanos y las empresas se comprometan mediante un acuerdo a fortalecer el Plan de Acción.
8. Que puedan contar con centros de distribución de materia prima y centros de acopio.



# Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS	PRODUCTOS FINALES	METAS VERIFICABLES
1. Establecida mesa de negociación de la cadena.	1. Formulados Plan de Acción de la cadena productiva.	1. Un inventario de los actores de los tres nodos de trabajo de la cadena productiva.
2. Diseñado plan de diversificación productiva.	2. Establecidas líneas de productos artesanales.	2. Definidas cuatro líneas de productos.
3. Caracterizadas condiciones de productos artesanales.	3. Desarrollados nuevos productos artesanales.	3. Seis (6) procesos productivos mejorados tecnológicamente.
4. Actualizada caracterización de empresas productivas artesanales.	4. Establecidos planes de gestión empresarial de los artesanos.	4. Establecidas normas técnicas de calidad para dos productos artesanales.
5. Identificados mercados potenciales para el sector.	5. Empresas asociativas con planes de mercadeo.	5. 10 microempresas con planes de gestión empresarial.



# Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS	PRODUCTOS FINALES	METAS VERIFICABLES
6. Diseñados nuevos productos para telares.	6. Nuevos productos para Telares para nuevos mercados.	6. 5 empresas formulando propuestas de negocios para los mercados identificados.
7. Diseñadas estrategias de promoción de productos	7. Estrategias para promoción de nuevos productos.	7. 20% de las empresas produciendo nuevos productos.
8. Identificadas fuentes de financiación para los artesanos.	8. Fuentes de financiación definidas.	8. Desarrollado un plan de estrategia comercial para los microempresarios.
		9. 10% de esas empresas implementando estrategias de comercialización.
		10. Formuladas al menos 4 propuestas de financiación.

