

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL SECTOR
ARTESANAL DE TEJIDOS EN LANA EN NOBSA-BOYACÁ-COLOMBIA

Análisis de competitividad empresarial del sector artesanal de tejidos en lana en Nobsa-Boyacá-
Colombia

Maite Yalet Palacios Garces

Henny Stefany Rojas Mejía

Ferney Andrés Sánchez Uribe

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Octubre de 2024

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL SECTOR
ARTESANAL DE TEJIDOS EN LANA EN NOBSA-BOYACÁ-COLOMBIA

Análisis de competitividad empresarial del sector artesanal de tejidos en lana en Nobsa-Boyacá-
Colombia

Maite Yalet Palacios Garces

Henny Stefany Rojas Mejía

Ferney Andrés Sánchez Uribe

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesora

Ing. Ana Mercedes Fraile Benítez
Mg Dirección y Administración de empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL SECTOR
ARTESANAL DE TEJIDOS EN LANA EN NOBSA-BOYACÁ-COLOMBIA

Octubre de 2024

Tabla de Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras.....	8
Lista de anexos.....	9
Resumen.....	10
Abstract	11
Introducción	12
1. Planteamiento del Problema	14
1.1. Descripción del Problema	14
1.2. La pregunta de investigación	16
1.3. Los objetivos de investigación.....	17
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	17
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	17
1.4. Justificación de la investigación	17
2. Marco de Referencia.....	19
2.1. Marco de Antecedentes.....	19
2.2. Marco Teórico.....	21
2.2.1. Competitividad.....	23
2.2.2. Producción Artesanal	27
2.2.3. Fibra Natural “lana de oveja”	28

2.2.4.	Clasificación de la Lana.....	29
2.2.5.	Proceso de Preparación de la Lana	29
2.3.	Marco normativo.....	31
3.	Metodología.....	33
3.1.	Enfoque y alcance de la investigación	33
3.2.	Población y muestra.....	34
3.2.1.	Definición de la población	34
3.2.2.	Cálculo y selección de la muestra.....	35
3.3.	Instrumento	35
3.4.	Descripción de procedimientos.....	37
3.5.	Análisis de información	37
3.6.	Consideraciones éticas	38
3.6.1.	Análisis de consideraciones éticas	38
4.	Resultados.....	40
4.1.	Demanda de tejidos en lana producidos en Nobsa/Boyacá	41
4.2.	Productos sustitutos, una amenaza para los tejidos en lana de Nobsa/Boyacá	45
4.3.	Impacto de los nuevos competidores en el mercado de tejidos en lana.....	49
4.4.	Competidores claves, fortalezas y debilidades	53
4.5.	Alternativas para reducción de costos, la mejora de la calidad o la expansión del mercado.	56

4.6.	Descripción de Partes interesadas: Productores, proveedores y comercializadores de lana.....	59
4.7.	Delimitación para entorno colaborativo para alinear los intereses de partes interesadas	60
4.8.	Caracterización de Recursos, Tecnología y Capacitación para Mejorar la Productividad.....	61
4.9.	Elementos del aseguramiento de calidad del proyecto	62
4.10.	Detalle del monitoreo, control y ajuste	64
5.	Conclusiones.....	¡Error! Marcador no definido.
6.	Referencias	68
7.	Anexos	71

Lista de tablas

<i>Tabla 1: Caracterización de los encuestados</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 2: Meses en que la demanda de tejidos es mayor en Nobsa/Boyacá</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 3: Variables con influencia del turismo</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 4: Descripción del proceso de fabricación de tejidos</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 5: Canales de venta de los productos</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 6: Estrategias para promoción de productos</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 7: Calificación de la oferta de productos similares en el área</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 8: Desafíos en la comercialización de productos.....</i>	<i>52</i>

Lista de figuras

Figura 1: <i>Meses en que la demanda de tejidos es mayor en Nobsa/Boyacá</i>	42
Figura 2: <i>Variables con influencia del turismo (%)</i>	44
Figura 3: <i>Descripción del proceso de fabricación de tejidos</i>	47
Figura 4: <i>Canales de venta de los productos</i>	48
Figura 5: <i>Estrategias para promoción de productos</i>	50
Figura 6: <i>Calificación de la oferta de productos similares en el área</i>	51
Figura 7: <i>Desafíos en la comercialización de productos (%)</i>	52

Lista de anexos

Anexo A: <i>Encuesta realizada</i>	71
Anexo B: <i>Datos Recolectados con Codificación</i>	73
Anexo C: <i>Codificación de datos encuesta</i>	76

Resumen

Nobsa es conocida por su tradición en la fabricación de tejidos de lana, favorecida por el turismo y eventos como el festival de la ruana. Sin embargo, enfrenta desafíos como la demanda estacional, altos costos de producción y competencia global, que afectan su competitividad. La investigación cualitativa revela que la mayoría de los artesanos son mayores de 40 años y mujeres, y que el turismo incrementa la demanda durante diciembre y enero. La producción sigue métodos manuales y la oferta de productos similares es alta, aumentando la competencia. Las estrategias de promoción se centran en ferias, y los principales desafíos son la competencia y los precios. La investigación busca proponer soluciones para mejorar la competitividad en los mercados nacional e internacional, teniendo en cuenta las limitaciones tecnológicas y organizacionales de los artesanos.

Palabras clave: Artesanal, tejido, lana, ovino, comercialización, competitividad, rudimentario, innovación, focalización, turismo, temporada, demanda, oferta.

Abstract

Nobsa is known for its tradition of woolen fabric manufacturing, favored by tourism and events such as the ruana festival. However, it faces challenges such as seasonal demand, high production costs and global competition, which affect its competitiveness. Qualitative research reveals that most artisans are over 40 years old and women, and that tourism increases demand during December and January. Production follows manual methods and the supply of similar products is high, increasing competition. Promotion strategies focus on fairs, and the main challenges are competition and prices. Research seeks to propose solutions to improve competitiveness in national and international markets, taking into account the technological and organizational limitations of artisans.

Keywords: Artisanal, weaving, wool, sheep, marketing, competitiveness, rudimentary, innovation, focus, tourism, season, demand, supply.

Introducción

El municipio de Nobsa es reconocido por su tradición artesanal por la calidad e innovación en la fabricación y producción de tejidos en lana, lo que lo ha convertido en un eje central del comercio de estos productos a nivel nacional. Lo anterior ha llevado a que los artesanos de la región no solo se enfoquen en su comercio local, es decir a las ventas dirigidas solamente a la población del municipio y de los pueblos vecinos, sino que quieran competir en nuevos mercados tanto nacionales como internacionales de tal forma que la demanda de sus productos aumente con el fin de mantener una estabilidad en su producción y sus negocios con respecto a la oferta que hoy se tiene.

Actividades como el turismo han servido para motivar a los productores en la comercialización y distinción de estos tejidos artesanales gracias a los distintos eventos que allí se realizan, como el festival de la ruana, que en cierta medida busca dar a conocer a nivel nacional algunos temas relacionados a la producción y comercialización de este producto y en general impulsar la industria artesanal del territorio.

El estudio realizado a 40 artesanos del municipio de Nobsa, Boyacá, revela una perspectiva valiosa sobre la industria textil local dedicada a la fabricación y comercialización de tejidos en lana. La mayoría de los artesanos encuestados son personas con más de 40 años, reflejando una profunda experiencia en el oficio que se ha desarrollado a lo largo de años de práctica. Este envejecimiento de la fuerza laboral sugiere que el arte textil en Nobsa es una tradición altamente especializada, donde la habilidad y el conocimiento se acumulan con el tiempo. Además, la predominancia femenina en el sector, con un 65% de participantes mujeres, subraya el rol histórico y continuo de las mujeres en el trabajo textil, consolidando su papel esencial en la preservación y transmisión de las técnicas tradicionales.

El análisis de los datos también pone en evidencia la significativa influencia del turismo en la industria textil de Nobsa. Un notable 75% de los encuestados reporta recibir beneficios del turismo, lo que se refleja de un aumento de la demanda.

Esta investigación se realiza directamente con los productores y artesanos involucrados en la cadena de producción artesanal, de forma que el trabajo se hace principalmente de manera descriptiva, a partir de la información recolectada.

1. Planteamiento del Problema

1.1. Descripción del Problema

Nobsa cuenta con un reconocimiento en el sector turismo gracias a que es uno de los principales sitios de producción de tejidos en lana en su mayoría artesanal, además que su ubicación hace que sea fácil visitarlo a causa de aspectos como carreteras en buen estado y la seguridad vial, lo cual permite que se disfruten de atractivos tanto culturales como naturales de este lugar; pero también se toma en cuenta que esta actividad es estacional, pues el municipio no tiene la infraestructura apropiada para denominarse, como tal, municipio turístico que garantice la permanencia de los turistas, además de que la mayor afluencia de turistas se realiza fundamentalmente en dos temporadas del año: junio-julio y diciembre-enero. Este es un punto a tener en cuenta para el análisis de la problemática que enfrentan los artesanos de productos a base de lana en Nobsa, como consecuencia de que los turistas hacen parte de los principales demandantes de estos bienes.

Es importante tener en cuenta que actividades como el turismo han servido para motivar a los productores en la comercialización y distinción de estos tejidos artesanales, gracias a los distintos eventos que allí se realizan, como el festival de la ruana, que en cierta medida busca dar a conocer a nivel nacional algunos temas relacionados con la producción y comercialización de este producto, y en general impulsar la industria artesanal del territorio.

El sistema productivo se caracteriza por uso de baja tecnología y los procesos rudimentarios. Es de indicar que los habitantes de Nobsa son reconocidos a nivel nacional por sus prácticas artesanales ancestrales como los tejidos en lana de oveja, la manufactura de muebles rústicos, la industria vinícola, la fabricación de campanas y trabajos en forja.

La producción de bienes a base de lana representa la principal fuente de ingresos de las familias del municipio; algunas de las problemáticas que se hacen evidentes con el método artesanal que evidencia alta variabilidad en productos, su inestable demanda y guerra de precios por alto costo de producción, la continua ampliación de las personas dedicadas a esta actividad, entre otras.

Los artesanos buscan controlar la demanda temporal, (mitad de año, final y comienzo de año), y mantienen una pequeña producción para cubrir los requerimientos que se presentan el resto del año. Esto como consecuencia a que estas son las temporadas en las que más se vende los productos, pues se habla de temporadas vacacionales donde el municipio no solo es visitado por turistas nacionales, sino también internacionales, que en este caso son los que más valoran los productos artesanales y para los que pagar lo que se podría considerar un precio elevado vale la pena; con tal de adquirir un producto no solo artesanal, también de calidad y tradicional de la región, mientras que uno de los inconvenientes con que cuentan los artesanos, es la poca valoración que el consumidor nacional da a productos de este tipo, lo que les obliga a vender los productos a un precio inferior al real.

Se desconocen los principales factores que afectan la competitividad empresarial de los artesanos que trabajan a base de productos en lana, como lo son la baja difusión de los productos en los mercados nacional e internacional, los altos costos de producción, la sobreproducción que se puede generar ya que la demanda no puede cubrir la oferta total, así como los bajos ingresos generados, la falta de asociación y la deficiente selección de los canales de distribución, entre otros.

Si el problema no se atiende, lo más seguro es que la competitividad de estas empresas disminuya al punto que muchas familias que se dedican a esta labor como fuente principal de

ingresos y de vida, tengan que buscar un trabajo diferente, pues el mercado local no será capaz de consumir toda la oferta que allí se genere lo que se verá reflejado en una superproducción. En general todo esto puede terminar afectando la economía local y regional, y acabar con una tradición que caracteriza a la población de este territorio.

Así mismo, los artesanos actualmente se han visto afectados por la competencia internacional, directamente por la entrada al mercado local de productos de Ecuador, Perú y China, “Ramiro Barragán, alcalde del municipio en dos oportunidades y quien se desempeñaba como Secretario General de la Gobernación de Boyacá para la fecha opina frente al tema: Tenemos una competencia muy dura y son las prendas sintéticas traídas principalmente de otros países porque el consumidor no se fija en el valor cultural que la ruana tradicional tiene, mira es el precio, color y el diseño” (Contreras, 2018).

La mayoría de los artesanos se han contemplado aquejados por este tipo de competencia, debido a los bajos precios de estos productos, en comparación a los locales, lo que genera que si no se toman las medidas adecuadas y posibles soluciones al problema que permita diversificar los mercados para la comercialización de los productos a base de lana y de tal forma aumentar la demanda, los artesanos empezaran a presentar pérdidas económicas a causa de la diferencia significativa de los precios que repercuten en menos ingresos para los productores y comerciantes locales.

1.2. La pregunta de investigación

¿Qué factores influyen en la competitividad empresarial por parte de los comerciantes de tejidos en lana producidos en el municipio de Nobsa-Boyacá Colombia?

1.3. Los objetivos de investigación

1.3.1. *Objetivo general*

Analizar la competitividad empresarial de Nobsa-Colombia, relacionada con la comercialización de tejidos en lana identificando factores que limitan la demanda e influencia en mercados nacionales e internacionales.

1.3.2. *Objetivos específicos*

Describir cómo se ve afectada la demanda de tejidos en lana producidos en Nobsa/Boyacá en temporadas distintas a las vacaciones.

Identificar la amenaza que representan los productos sustitutos para los tejidos en lana de Nobsa/Boyacá.

Analizar cómo la entrada de nuevos competidores en el mercado de tejidos en lana impacta a los productores de Nobsa/Boyacá.

1.4. Justificación de la investigación

La investigación es importante debido a que los productores de Nobsa deben generar ingresos no solo para mantener la producción, sino también para su subsistencia. Sin embargo, para ello deberán ser más competitivos o buscar medidas alternas que ayuden a dinamizar sus esfuerzos para emprender su competencia en mercados más globalizados, lo que significa seguir trabajando en la innovación y diversificación de los productos, así como mejorar la gestión empresarial y en términos más generales, la implementación y adecuación de planes de mercadeo que les permitan generar mayor dinamismo comercial de sus productos.

El sector artesanal en Colombia es vulnerable, muchos artesanos del país se han visto obligados a abandonar su actividad por falta de apoyo gubernamental y regional para resolver los problemas de orden productivo que enfrentan para que su actividad sea rentable. Entre los

problemas más graves se encuentran la baja gestión empresarial, dificultades para la comercialización, consecución de materias primas, necesidad de mejorar su nivel tecnológico y sus procesos productivos, la calidad y el diseño, con el fin de responder a las demandas del mercado de manera más adecuada.

En el municipio de Nobsa, las actividades económicas del sector secundario y terciario se encuentran localizadas en una estructura artesanal dedicada a la fabricación de tejidos en lana, cuyo comercio se realiza principalmente en el municipio; en el sector terciario: la prestación de los servicios turísticos, la comercialización, y turismo que está representado en la riqueza de su arquitectura, que es de tipo colonial, su infraestructura hotelera, artesanías y por su atractivo paisaje natural que se plasma en diversidad de contenidos y armonizan con los bienes inmuebles de gran valorización, histórica y cultural.

A pesar de estas atribuciones, Nobsa presenta un bajo apoyo gubernamental y regional, baja tecnificación, deficientes prácticas productivas artesanales (proceso productivo y comercial), falta de innovación del producto, baja capacidad de respuesta a pedidos de volumen, debilidades en la organización para la producción y la comercialización, entre otras, lo que genera una baja competitividad empresarial. Esto se evidencia en que el mercado artesanal que se maneja es solamente local, además las ventas de los productos son mayores en ciertas temporadas como son las vacaciones de mitad y de fin de año, lo que significa una baja en las ventas el resto del año, supliendo solamente una demanda temporal, y mantienen una pequeña producción para cubrir los requerimientos que se presentan el resto del año.

2. Marco de Referencia

2.1. Marco de Antecedentes

Según un estudio que lleva como nombre “Competitividad del sector de tejidos artesanales de Nobsa” realizado por Jaime Arturo López Pulido y Ángela Patricia Rojas Peña, como opción de grado de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, se sostiene que la capacidad productiva de los artesanos de tejidos en lana es muy limitada como consecuencia a que no existe una estructura organizacional clara en cuanto al ritmo de producción que permita satisfacer los mercados externos. Así mismo, se destaca que la confección de estos tejidos es mayormente artesanal, por lo cual el uso de la tecnología queda relegado a un segundo plano. En general se describe como la creación de tejidos en lana mediante un telar manual el cual, es elaborado por carpinteros locales, lo que implica el poco o nulo uso de maquinaria o elementos tecnológicos.

Del mismo modo se describe el entorno artesanal según el cual, el principal producto a base de la lana es la ruana; sin embargo, también se elaboran cobijas, sacos, guantes, gorros, entre otros productos.

“Los artesanos de la región se caracterizan por la toma de decisiones apoyadas en la experiencia y orientados hacia la observación del mercado como factor clave para el direccionamiento de la empresa, sin hacer uso de estudios, asesorías o investigaciones en todas las áreas de la empresa y del mercado” (López & Rojas, 2008, p. 46). Concluye que, como punto central de la investigación desarrollada, esto se genera dado que la mayoría de los productores y comercializadores que dirigen estas microempresas tienen un nivel académico de formación básica, es decir primaria y bachillerato, que no les permite tener una visión clara acerca de cómo crecer como empresa.

Un segundo trabajo corresponde a la “Caracterización del sector artesanal del Municipio de Nobsa (Boyacá)”, elaborado por Nelson Armando Gutiérrez Sanabria y Andrés Fernando Vega Parada como opción de grado de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - Sede Sogamoso. Este trabajo de investigación detalla el proceso de caracterización del sector artesanal en forma descriptiva, partiendo del hecho de que el proceso operativo es básicamente tradicional, se produce con un objetivo a corto plazo encaminado a la venta diaria que les permita obtener unos ingresos suficientes para subsistir y mantener sus operaciones más que para vender y abarcar nuevos mercados. En caso de financiación, esta se hace vía bancos comerciales, así como de prestamistas no formales, lo que indica que las ventas no son lo suficientemente altas para lograr crecer en el mercado.

Los artesanos buscan suplir una demanda temporal, (diciembre y mitad de año), y mantienen una pequeña producción para cubrir los requerimientos que se presentan el resto del año.

En cuanto a la distribución, los artesanos ofrecen sus productos en un punto de ventas ubicado en el mismo lugar de producción, la mayoría de los locales no cuentan con un nombre o una marca registrada que los diferencie de los demás, lo cual impide que los clientes asocien el producto a un artesano en particular, igualmente las prendas, en la gran mayoría de los casos, carecen de marquillas o instrucciones de lavado, lo que resulta indispensable al momento de exportar los tejidos.

Su conclusión principal se basa en que la demanda se ha visto incrementada gracias a los esfuerzos del gobierno regional y local por posicionar a Boyacá y a Nobsa como un destino turístico y artesanal, gracias programas como "Boyacá es para vivirla". Estos incrementos en la

demanda generan que los artesanos se tengan que focalizar en otros aspectos tales como nuevos diseños, exclusividad en las prendas, lo que los motiva a capacitarse en nuevas técnicas y formas de operación.

2.2. Marco Teórico

El sector artesanal en Colombia, en especial en el municipio de Nobsa Boyacá, es fundamental en diversos aspectos que incluyen la historia, la cultura, la economía y el impacto social; tienen raíces precolombinas, donde comunidades indígenas ya producían objetos para uso cotidiano y ritual. Con la llegada de los colonizadores, se incorporaron nuevas técnicas y materiales. Dentro de la historia, “Esta comunidad que estaba bajo el mando del Cacique Suamox, y era aliada de Tundama, Turmequé, Mucho, Chia, Guatavita, Hunza y Zipa, era conformada por indígenas muisca quienes eran reconocidos por ser hábiles tejedores del algodón, y tener fuertes vínculos comerciales entre todas las comunidades” (Fraile, A. 2019), no obstante, con el tiempo se fue haciendo uso de otros elementos, entre ellos la lana, el cual se convirtió en un excelente material, por su calidad y la facilidad en la confección de prendas de vestir.

Con el crecimiento turístico en la región, aumentaron igualmente las fuentes de ingreso económicas a comunidades rurales, dentro de ellos se encuentra población indígena, madres cabeza de hogar, que, con sus diseños innovadores y de buena calidad enfocados en la ruana, “El municipio de Nobsa (Boyacá) no se puso la bandera de ruana, pero sí utilizó la ruana como bandera, para significar la importancia que tiene este abrigo de lana en la vida de los Nobsanos” (Rodríguez. 2003)

Sin embargo, teniendo en cuenta los retos presentados en la actualidad, como la competencia con productos industriales y la falta de acceso a mercados a nivel nacional e

internacional para que siga creciendo el comercio artesanal de productos tejidos en lana en el municipio, como ruanas, mantas, cobijas, guantes, bufandas, entre otros, siendo los productos más fabricados en ello se realiza un análisis estadístico dentro de las comunidades del municipio y se determinó que si bien, aunque los productos importados aumentaron sus ventas sin tener en cuenta la calidad y la mano de obra con que se fabrica el producto, los artesanos de Nobsa, optan por aplicar sus conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas ancestrales para llevar a cabo proyectos de manera efectiva. En el contexto artesanal, esto implica la planificación, ejecución y control de iniciativas que buscan mejorar la producción y comercialización de productos artesanales a nivel nacional y que los extranjeros conozcan los productos elaborados por nuestros campesinos de la región.

En ello para realizar un contexto referente a la gerencia de proyectos de esta investigación se toma inicialmente el ciclo de vida, que en ello incluye las fases de inicio, planificación, ejecución, monitoreo y cierre. Cada fase debe ser aplicada a las particularidades del sector artesanal, considerando la sostenibilidad y la preservación cultural. Teniendo en cuenta que la demanda de los bienes a comercializar puede ser volátil, ya sea por preferencias del consumidor o factores externos, es importante que exista una flexibilidad que le permita a la empresa adaptarse a dichos cambios, es por ello, que se puede integrar un enfoque adaptativo, como métodos ágiles, para la producción y comercialización de los tejidos, esto implica ajustar las estrategias de marketing, canales de distribución y precios en función de la respuesta del mercado y las tendencias emergentes.

Además, es importante tener en cuenta que, durante todo el ciclo de vida, se priorizará la gestión constante de riesgos y la capacidad de ajuste para manejar las variaciones de la demanda,

los cambios en el suministro de materiales y otras variables externas que puedan influir en la producción y comercialización de los productos de lana.

Utilizar enfoques iterativos e incrementales puede facilitar la adaptación del catálogo de productos según la retroalimentación del mercado y los cambios en las preferencias de los clientes. Esto contribuiría a mantener la competitividad y la pertinencia de los productos ofrecidos.

2.2.1. Competitividad

Cuando se habla de competitividad se hace referencia a la capacidad de las empresas, países y economías de enfrentar los nuevos retos que se presentan con respecto a la dinámica de producción, comercialización y ventas; esto con el fin de poder competir en un mundo más globalizado y que las compañías aseguren su permanencia e integración a nuevos mercados.

“Al hablar de competitividad estamos hablando de la capacidad dinámica de una cadena productiva para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida, su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, por medio de la producción, la distribución y la venta de bienes y servicios en el momento, lugar y forma” (Cordero et al., 2003). Con la competitividad, lo que se busca es que los comerciantes no solo se logren mantener en el mercado, sino que amplíen las dinámicas comerciales, es decir, que produzcan mayores volúmenes de un bien o amplíen la cobertura en prestación de servicios, reduzcan costos y puedan cubrir la demanda de bienes y servicios no solo a nivel regional o local, sino también a niveles más generalizados, como el nacional o internacional, de modo que se pueda entrar en la dinámica exportadora que la globalización y el comercio exigen actualmente.

“Un territorio es competitivo si es capaz de afrontar la competencia del mercado, y si, al mismo tiempo, puede garantizar la viabilidad medioambiental, económica, social y cultural del entorno. La competitividad territorial supone la toma en cuenta de los recursos del territorio en la búsqueda de la coherencia global, la incorporación de los agentes e instituciones, la integración de los sectores de actividad a una lógica de innovación y la cooperación de los otros territorios” (Cordero et al., 2003).

Es importante tener en cuenta que el término competitividad va más allá de los temas referentes al mercado, también se deben tener en cuenta, por ejemplo, aspectos relacionados a la producción y medio ambiente, esta relación se plasma con el fin de buscar un crecimiento sostenido que vaya de la mano con la conservación ambiental. Para el caso de la investigación resulta importante tomar en cuenta la relación entre competitividad con los aspectos sociales y culturales, esto es fundamental, dado que en muchos casos para lograr que una actividad o empresa sea competitiva se debe conocer su comportamiento e historia, de tal forma que se pueda analizar y contextualizar el panorama, y a partir de ello se puedan plasmar ideas y planes de desarrollo que busquen que las actividades territoriales sean competitivas en cualquier mercado, lo que termina favoreciendo a dichas sociedades y a la economía en general.

“Todas las compañías deben mejorar continuamente el rendimiento operacional de sus actividades; sin embargo, esta es una competencia difícil de ganar. La mayoría de las veces, las diferencias de rentabilidad surgen de tener una posición estratégica distintiva o cuando las empresas "compiten para ser únicas", lo cual es, a la larga, más sostenible que competir para ser el mejor” (Porter, 2017).

El ser competitivo muchas veces se asocia con la necesidad de estar a la par con los nuevos avances tecnológicos en las dinámicas productivas. Sin embargo, también hay otros

aspectos que puedes hacer que una empresa sea competitiva, como, por ejemplo, la innovación, el marketing, la calidad de los productos, entre otros aspectos que son destacados, en general. No solo se trata de producir mayores volúmenes, sino por el contrario, en sobresalir con respecto a otras empresas y generar diferencias favorecedoras que hagan factible la comercialización de los productos en el mercado.

Para lograr y mantener esta competitividad, es fundamental adoptar un enfoque estructurado que permita identificar oportunidades, planificar estrategias efectivas, ejecutar iniciativas y evaluar resultados. La Guía del PMBOK del PMI ofrece un marco valioso mediante sus cinco grupos de procesos en el ciclo de vida de un proyecto, que puede aplicarse de manera efectiva a la gestión de sectores económicos.

El primer paso para mantener la competitividad es la identificación de oportunidades en el mercado. Esto requiere un análisis exhaustivo del entorno que considere tendencias económicas, tecnológicas y sociales. Una vez identificadas las oportunidades, es esencial definir objetivos claros y específicos que orienten al sector hacia la mejora continua. Por ejemplo, los productores de lana pueden establecer metas relacionadas con la sostenibilidad y la eficiencia, buscando así mejorar tanto su rendimiento como su impacto ambiental.

La planificación es una fase crítica en la que se desarrollan estrategias que respondan a las necesidades del sector. Esto incluye la creación de redes de colaboración entre empresas, la inversión en tecnología innovadora y la capacitación de la fuerza laboral. Al mismo tiempo, es crucial realizar una evaluación de recursos para identificar las capacidades necesarias, como financiamiento, talento humano y tecnología. Este enfoque estratégico permitirá al sector posicionarse de manera más efectiva frente a sus competidores.

Una vez definidas las estrategias, la ejecución se convierte en el momento de poner en marcha iniciativas concretas. La colaboración entre empresas del mismo sector es clave; a través de proyectos conjuntos, pueden compartir recursos, reducir costos y fomentar la innovación. Por ejemplo, en el sector de la tecnología, la creación de consorcios para el desarrollo de nuevas soluciones puede acelerar la innovación y mejorar la competitividad colectiva. Asimismo, invertir en programas de investigación y desarrollo (I+D) y alianzas con instituciones académicas puede fortalecer la capacidad de innovación del sector.

El monitoreo y control son fundamentales para asegurar que las iniciativas implementadas estén dando resultados. Establecer indicadores de desempeño permite evaluar el progreso hacia los objetivos de competitividad. Además, es vital mantenerse atento a las tendencias del mercado y ser capaz de adaptarse rápidamente a cambios en la demanda o en la regulación. Esta capacidad de respuesta es lo que distingue a los sectores competitivos de aquellos que se estancan.

Finalmente, al concluir un ciclo de iniciativas, es importante llevar a cabo un análisis de resultados que permita identificar lecciones aprendidas y mejores prácticas. Este proceso de reflexión y documentación no solo beneficia a las empresas involucradas, sino que también enriquece al sector en su conjunto. Compartir experiencias y estrategias exitosas fomenta un aprendizaje colectivo que puede ser la clave para mantener la competitividad a largo plazo.

En conclusión, el término de competitividad está relacionado con la capacidad de competir y esta se consigue cuando se mejora la productividad. Para esta investigación se hace referencia a que las empresas productoras y comercializadoras de tejidos en lana logren ser competitivas cuando generan mayores beneficios y rentabilidades que no solo favorecen su

permanencia en el mercado, sino que también puedan comercializar y vender sus productos en otras ciudades y países.

2.2.2. Producción Artesanal

La producción artesanal tiene que ver con aquellos procesos que se realizan en su mayoría de forma manual, es decir, aquellos sistemas en los que no intervienen técnicas industriales avanzadas, sino se realiza en su mayoría con herramientas sencillas. Esta forma de producción era muy popular en las sociedades antes de que se empleara la producción en masa, dicho de otro modo, antes de que los procesos técnicos fueran en su mayoría industriales.

“La producción artesanal elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental” (Bustos, 2009, p. 37).

La producción artesanal se basaba en la fabricación de un bien que podía ser cerámica, tejidos, alfarería, herrería, entre otros, el cual, en su mayoría era realizado por pequeñas comunidades en lo que se conoce como talleres familiares y era comercializado y vendido en estos mismos puntos.

“Un producto artesanal utiliza materias primas pertenecientes a la misma explotación, del mismo municipio, de municipios colindantes o de una comarca, con un alto componente manual, donde se da mayor importancia a la individualidad del producto frente a la producción en serie” ((Bustos, 2009, p. 39). Por lo general, los procesos que anteceden la fabricación del bien también se realizan de forma manual y muchas veces la realizan los mismos productores, es decir, que ellos mismos se encargan de producir y adquirir las materias primas necesarias para el proceso, o en dado caso, son adquiridas en las mismas localidades.

“La producción artesanal utiliza herramientas manuales y trabajadores muy cualificados, quienes deben realizar todas las tareas necesarias para la transformación de las materias primas en productos. Cada una de estas tareas o funciones, generalmente, se corresponde con un determinado oficio. La producción artesanal se conservó en todos los mercados de los países más desarrollados hasta el inicio del siglo XX y aún perdura para muchos productos” (Bustos, 2009, p. 39).

La producción artesanal actualmente se realiza en muchos países y representa una de las actividades predominante en las sociedades Latino Americanas, dado que muchos de los procesos históricos para la producción de bienes se mantienen en el tiempo, gracias a que estos procesos ancestrales se han transmitido de generación a generación en las familias y hoy constituyen su principal forma de empleo.

2.2.3. Fibra Natural “lana de oveja”

La lana es un material muy utilizado para la fabricación de tejidos como ruanas, guantes, bufandas, cobijas, entre otros bienes, esto gracias a sus beneficios térmicos que la hacen prevalecer en los climas de bajas temperaturas. “La lana es una fibra natural, suave y rizada que se extrae principalmente de las ovejas, aunque también existen otros animales de los cuales se puede obtener como: la alpaca, el camello y el conejo de angora. La lana de oveja se presenta bajo la forma de una fibra ondulada de un diámetro de 16 a 40 micrómetros y de un largo de 35 a 350 milímetros” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 22). Por lo general, la lana es obtenida de la oveja en un proceso de esquila que consiste en remover o cortar el pelo del animal en una sola tira, este a su vez se puede hacer de dos formas ya sea con tijeras o maquinas.

En muchas sociedades donde se trabaja esta fibra natural el proceso de esquila se realiza con tijeras ya que es un proceso manual que reduce el daño o malestar que se puede causar a estos animales.

2.2.4. Clasificación de la Lana

“La clasificación de la lana se hace teniendo en cuenta una serie de características, que dependen tanto de las razas como de las condiciones en que se críe el animal. Las características más importantes son: Finura, longitud, regularidad en el grado de ensortijado y finura, uniformidad, resistencia y alargamiento, elasticidad, flexibilidad, color, brillo, rendimiento” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 22). La clasificación de la lana según dichas características permite que su manejo y utilización en la fabricación de tejidos sea de mayor facilidad, ya que de esta forma se puede especificar cuáles son las adecuadas y que características deben cumplir para ser empleadas en los procesos de producción textil.

2.2.5. Proceso de Preparación de la Lana

Para emplear la lana en la fabricación de textiles se debe seguir cierto proceso:

Lavado de la Lana: “Se lava la lana con agua caliente, extrayendo todos los restos orgánicos que se van adhiriendo a ella a lo largo de la vida de la oveja, después se golpea la lana para aflojar las impurezas y luego se enjuaga con agua fría” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). Este es el primer paso que se ha de realizar enseguida de esquila de la oveja, lo que se busca es que la lana quede totalmente limpia.

Secado de la Lana: “Se pone a secar la lana ya sea en una superficie plana, colgándola al aire libre o usando máquina secadora centrífuga” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). Para poder empezar a hacer uso de la lana se necesita que esté totalmente seca, es decir que no presente ninguna condición de humedad.

Cardado: “Después de lavar la lana comienza el cardado que es el proceso por medio del cual se ordenan las fibras de la lana paralelamente, este proceso permite que las fibras se unan entre sí y mantengan la forma pese al uso y al lavado, se hace mediante máquina cardadora o manualmente peinando repetidamente la lana con cardas o cepillo especial” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). En este punto del proceso lo que se busca es adecuar la lana, de tal manera que se conserven sus características simples, como la flexibilidad y la resistencia, de tal forma que sus filamentos o hebras se ajusten unas con las otras, por lo general este proceso es realizado de forma manual, ya que permite mejores cuidados de la lana.

Hilado de la Lana: “Se realiza ya sea con un huso, instrumento tradicional, o una rueca, máquina artesanal, y consiste en torcer las fibras de lana escarmenada hasta obtener un hilo del grosor deseado” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). Es necesario que la fibra sea llevada a un proceso de hilado, de tal forma que se permita extraer y presentar la lana en forma de hilo para su próxima utilización.

Madeja: “Se recoge la lana hilada en vueltas iguales con un aspa para crear una madeja, la que se lava nuevamente con jabón para eliminar todo tipo de residuos que aún estén en ella. Después de este lavado, se utiliza en su color natural o se tiñe con el color deseado” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). En el proceso de madeja lo que se busca es recoger estos hilos obtenidos de la fibra de la lana en un torno o aspadera en giros similares, para luego utilizar con mayor facilidad.

Teñido de la Lana: “Se selecciona el producto del que se desea obtener el color para teñir la lana, el cual se hierve en agua y se agrega la lana mojada enmadejada, después de un período de cocción, se agrega una sustancia que fije el color como sal, vinagre, piedra lumbre o sulfato de cobre” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). Muchas veces se suele emplear la lana en su color

natural; sin embargo, también es visto que está a veces es llevada a procesos de teñido, que lo que buscan es darle un color diferente a la lana para hacerla más llamativa y que facilite la innovación en el diseño de tejidos.

Tejido de la lana: “Una vez se ha realizado todo el proceso de lavado, cardado, hilado y teñido de la lana esta es apta para elaborar los diversos productos que se encuentran en el mercado” (Cuchia & Pacheco, 2014, p. 26). Este es el último paso del proceso, básicamente lo que hace después de tener la lana lista para su utilización es empezar a tejer para convertirla en productos (tejidos) finalizados. Este proceso muchas veces se realiza en una maquina tejedora; sin embargo, aún existen muchas sociedades en las que su cultura se apega a los procesos ancestrales artesanales, en las cuales el proceso de tejido se hace de forma totalmente manual.

2.3. Marco normativo

El marco normativo a tener en cuenta está relacionado con el sector artesanal en Colombia y el desarrollo de este, es por ello por lo que inicialmente se tiene en cuenta lo establecido la ley 36 de 1984, por la cual se reglamenta la profesión de artesano y se dictan otras disposiciones, es importante tener en cuenta que las personas que se dedican a la elaboración de tejidos en lana en el municipio de Nobsa son artesanos, no obstante se deben regir por lo que estipula la norma, lo cual contempla que la condición de artesano se acreditará mediante la inscripción y registro ante Artesanías de Colombia S.A., organismo adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico.

A partir de ello, se debe tener en cuenta la Ley 2184 de 2021, por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. Esta norma lo

que ofrece es un marco significativo para apoyar y promover la cadena de producción de lana en Nobsa, fomentando la sostenibilidad, la valorización cultural y la transmisión de saberes tradicionales, además de apoyar en temas relacionados a la promoción y comercialización, Artículo 22 “El Gobierno Nacional, con el liderazgo de los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, y de Cultura y Artesanías de Colombia, en articulación con las entidades territoriales implementarán acciones que fortalezcan la promoción, circulación y comercialización de los productos y servicios elaborados y ofertados por los agentes de los oficios de la cultura en ferias, festivales, mercados, eventos y vitrinas regionales, nacionales e internacionales, tanto en la modalidad presencial como virtual”.

Seguido a ello se tiene el plan nacional de desarrollo ley 2294 de 2023, el cual busca promover un desarrollo equilibrado y sostenible, con un enfoque en la protección ambiental, el crecimiento económico inclusivo, el bienestar social y el fortalecimiento institucional. Estas directrices tienen el potencial de influir en diversos sectores, incluyendo la cadena ovina en Nobsa, al proporcionar un marco para el desarrollo y apoyo en áreas clave.

Por ejemplo, según el Artículo 3. Ejes de transformación del plan nacional de desarrollo, el cual se materializa en cinco transformaciones, nos basamos en el quinto eje que está relacionado con la convergencia regional “Para garantizar esta convergencia, es necesario fortalecer los vínculos intra e interregionales, y aumentar la productividad, competitividad e innovación en los territorios”. Esto permite la implementación de incentivos, subsidios y programas de apoyo que puedan mejorar la eficiencia en la producción de lana, además de fomentar la innovación, siendo un trabajo conjunto entre entidades regionales y nacionales, razón por la cual, el plan nacional de desarrollo del municipio y departamento debe ir enfocado en alcanzar el mismo objetivo.

A partir de ello, se establece el Plan de desarrollo Nobsa a otro nivel, 2024 – 2027, en el cual se plantea realizar procesos de adecuación de espacios culturales para que los artesanos y comerciantes tengan acceso, además en el Eje Estratégico 1: Nobsa más productiva, se busca potenciar la generación de empleo y el desarrollo económico del municipio, priorizando la participación constante de las empresas locales. Además de fortalecer la industria pesada, se promoverá la diversificación económica con un enfoque especial en el turismo y la agroindustria.

3. Metodología

3.1. Enfoque y alcance de la investigación

Esta investigación aporta al conocimiento de la línea de investigación en la especialización en Gerencia de Proyectos concretamente en Innovación, Sostenibilidad y valor agregado dado que destalla aspectos fundamentales de la competitividad e innovación social.

Las fases por realizar desde la gestión del proyecto son las siguientes:

- 1** Identificación de los competidores clave y analice sus fortalezas y debilidades.
- 2** Elementos para reducción de costos, la mejora de la calidad o la expansión del mercado.
- 3** Descripción de Partes interesadas: productores, proveedores y comercializadores de lana.
- 4** Delimitación para entorno colaborativo para alinear los intereses de partes interesadas.
- 5** Caracterización de recursos tecnología y capacitación para mejorar la productividad.
- 6** Aseguramiento de calidad del proyecto
- 7** Monitoreo, control y ajuste

El tipo de investigación es descriptivo, lo que se hizo fue realizar una delineación del comportamiento de la cadena ovina para la realización y comercialización de tejidos en el municipio de Nobsa. A partir de ello se analizaron las diferentes características, temas y variables relacionadas a la investigación, como la influencia del turismo, la demanda, oferta, los procesos productivos y en general, la forma como estos artesanos comercializa sus productos.

La metodología que se empleó para la realización de la investigación fue el método cualitativo. “Este tipo de investigación tiene como finalidad la descripción de las cualidades y características de un fenómeno; tan sólo pretende estudiar una parte de la realidad y no busca probar teorías o hipótesis, sino descubrir las cualidades del objeto de estudio” (Muñoz, 2011). Básicamente lo que se hizo fue recolectar información no solo a partir de textos bibliográficos, sino de forma directa con los artesanos de Nobsa, a partir de la observación y la comunicación, lo que permite conocer detalladamente temas relacionados a la investigación y de esta forma establecer y fortalecer los diferentes campos de estudio que se abarcaron en el desarrollo del trabajo, permitiendo así, un mayor análisis con respecto a las características que mayor influencia tienen en dicha indagación y el comportamiento real de variables como la oferta y la demanda.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Definición de la población

Teniendo en cuenta el último estudio de caracterización sociodemográfica de la población artesanal de Nobsa Boyacá, realizado por Artesanías de Colombia en el año 2020, en el cual, según resultado obtenido de 112 artesanos caracterizados 59,2% se dedican a trabajar materias primas tales como, fibras naturales blandas y duras, mientras que el restante se dedica a otros oficios como, trabajo en maderas, metales, greda, entre otros.

Nuestra población definida es de aproximadamente 66 artesanos dedicados a la fabricación y comercialización de tejidos. Es importante hacer mención que esta es la única cifra formal que registra con relación a la población artesanal del municipio.

3.2.2. Cálculo y selección de la muestra

El tipo de muestreo a utilizar es el probabilístico, el cual permite una selección aleatoria entre la población destinada a la fabricación de tejidos, sin necesidad de hacer ninguna distinción, es decir, que los 66 artesanos tienen la misma posibilidad de formar parte de la muestra, esto asegura que los resultados sean representativos de la población total y a su vez, facilita la generalización de los resultados, esto se realiza a través de un muestreo aleatorio simple, ya que este método es adecuado cuando se desea obtener una muestra representativa de una población y es particularmente útil cuando la población es homogénea o cuando no se tienen subgrupos específicos para estratificar.

El tipo de la muestra seleccionado es de 40, esta permite obtener una cobertura del 60%, de la población lo que es bastante robusto. Además, proporciona un margen de error bajo (aproximadamente 10%) y ofrece resultados representativos y confiables con un margen de error del 95%, lo que permite obtener una visión precisa y significativa del comportamiento de la cadena ovina destinada a la fabricación artesanal de tejidos en lana en Nobsa.

3.3. Instrumento

Para el desarrollo de la investigación se tomaron en cuenta fuentes primarias, que son aquellas fuentes nuevas y originales. Parte de la información se recolectó de forma directa con actores expertos en el tema y artesanos del municipio, a partir de la observación y comunicación directa a través de encuestas. El objetivo es recolectar información para analizar el comportamiento de la cadena ovina destinada a la fabricación artesanal de tejidos en lana en el

municipio de Nobsa, Boyacá. Esto incluye evaluar la influencia del turismo, la demanda y oferta de productos, los procesos productivos y las estrategias de comercialización empleadas por los artesanos.

La encuesta está estructurada en ocho preguntas las cuales a su vez categorizan la información en cinco secciones, la sección uno, recolecta la información General, es decir recopila datos demográficos básicos de los encuestados, para este caso se tienen en cuenta variables como el nombre, edad y género; la sección dos, está relacionada con la influencia del turismo, esta examina cómo el turismo afecta a la actividad artesanal en términos de incrementos o disminuciones, las variables a tomar en consideración son la demanda de productos, visitas a talleres, visibilidad de productos u otro; la sección tres, recolecta información de demanda y oferta a partir de variables como la oferta de productos similares y la estacionalidad en ventas por meses; la sección cuatro describe el tipo de procesos utilizados en la fabricación de los tejidos y las variables a tener presente son manual, semiautomático o automático, en términos del uso de aparatos tecnológicos o maquinaria en la producción, y por último, la sección cinco investiga las estrategias de promoción las variables tenidas en cuenta para este ítem son publicidad en redes sociales, ferias y eventos, colaboraciones, promociones, así mismo se analiza los desafíos en la comercialización con las siguientes variables acceso a mercados, competencia, precios, logística, y los canales de venta predominantes, con variables tales como tienda propia, ferias locales, tiendas de artesanía, venta en línea, Otros.

Estas encuestas son realizadas en formato físico, teniendo en cuenta que la mayoría de la población que se dedica a la comercialización de tejidos en lana en el municipio de Nobsa son de edad avanzada, lo que dificulta el uso de tecnología.

Así mismo, se utilizaron algunas fuentes secundarias, como lo son las tesis, las cuales nos permitieron obtener información detallada, además de que facilitó el desarrollo del tema.

Estas fuentes de información se utilizan principalmente para el desarrollo de la investigación, ya que es un tema de contextualización regional sobre el que no se encuentra información específica en las fuentes bibliográficas como libros, por lo que la obtención de información al respecto es limitada.

Para complementar el trabajo en aspectos como definición de conceptos, se utilizaron fuentes secundarias, entre ellas diccionarios y enciclopedias referenciadas de internet. De la misma forma, se consideró material bibliográfico conseguido de distintas páginas de internet que permitieron la adquisición de información relacionada con la investigación.

3.4. Descripción de procedimientos

El instrumento de recolección de datos fue una encuesta estructurada con preguntas de opción múltiple y única respuesta, se realizó dos fines de semana seguidos a los fabricantes y comerciantes de tejidos en el municipio de Nobsa, Boyacá, considerando que son los días en que los comerciantes presentan más notoriedad, se fue directamente a las tiendas y al centro de artesanos del municipio. Se entregó la encuesta en mano y se hizo acompañamiento y capacitación en su diligenciamiento, en los casos de que la persona encuestada presentó dificultades para diligenciarla, como no saber escribir, se realizó el diligenciamiento atendiendo lo señalado por el encuestado.

3.5. Análisis de información

La técnica utilizada para analizar datos generados a partir de la investigación es la deducción, ya que como su nombre lo indica, nos permite inferir, describir e interpretar los datos con distintos métodos; entre esos, las gráficas, cuadros y, sobre todo, los resúmenes, que, para el

tema investigado, resulta más factible. “Aquí, los datos sólo se utilizan sin admitir que se modifique ninguno de ellos, esto es, se utilizan tal y como se obtuvieron en la realidad”.

La información recolectada a partir de las encuestas realizadas fue ingresada manualmente en una base de datos o una hoja de cálculo (Excel), posterior a ello se identificarán errores obvios, como respuestas incompletas o inconsistencias, asegurando que todos los datos estén correctamente ingresados y que no haya duplicados. Se calculará la frecuencia y porcentaje de cada respuesta, lo que ayudará a ver qué respuestas son más comunes, en el caso de respuestas numéricas como edad, se calcula medias y desviaciones estándar para entender la distribución de datos. Posterior a ello, con el uso de gráficos de barras, gráficos circulares y tablas se presentarán los datos de manera visual y fácil de entender.

Para el análisis de la información se hará uso de Excel, teniendo en cuenta que la cantidad de datos no es amplia y que, gracias a su amplio potencial y diversas funcionalidades, es una de las herramientas de análisis de datos más populares, la cual permite organizar y manipular datos e igualmente, visualizarlos mediante gráficos y tablas.

3.6. Consideraciones éticas

3.6.1. Análisis de consideraciones éticas

Las consideraciones éticas para presentar y elaborar el proyecto de investigación se fundamentan en los valores éticos definidos por Uniminuto, y por la comunidad científica en general, como transparencia, responsabilidad, honestidad y respeto; como elaboradores y participantes de la investigación es importante que exista un marco ético entre las partes, que se fundamenta inicialmente con el consentimiento de participación expreso de los encuestados, por tanto, como elaboradores de la investigación se deberá proporcionar información clara y

completa sobre el propósito del estudio y los beneficios, respetando siempre, la elección de no participación.

También se tiene en cuenta la privacidad y la confidencialidad de las personas que participen en la investigación a fin de proteger sus datos personales y evitar procesos legales que pueden afectar a la universidad y a los integrantes del proyecto de investigación.

Igualmente, los datos recopilados se anonimizarán o se codificarán para proteger la identidad de los participantes. Los resultados se presentarán de manera agregada para evitar la identificación de individuos específicos.

Se respetará a la población objeto del proyecto por su raza, etnia, creencia, género entre otro factor diferenciador, respetando el derecho de igualdad y participación justa; por último, los resultados de la investigación se presentarán de manera honesta y transparente, sin manipulación o sesgo. Esto incluye reportar tanto los resultados positivos como negativos y ser claro sobre las limitaciones del estudio.

El proyecto se ajustará a las directrices éticas de Uniminuto y a las normas científicas internacionales, siguiendo las buenas prácticas de investigación y garantizando la validez y la ética en el proceso de recolección y análisis de datos.

4. Resultados

La población artesana del municipio de Nobsa se dedica en su mayoría a la fabricación de tejidos en lana, los artesanos crean una variedad de productos, como lo son los ponchos, alfombras, tapices, guantes, bufandas y en especial las ruanas, una prenda emblemática de la región andina elaborada principalmente en lana de oveja, estas mantas se destacan por su calidez y resistencia. Uno de los aspectos más fascinantes de la producción de ruanas en Nobsa es el uso de técnicas tradicionales como el telar de pie y el telar de cintura. Estas metodologías no solo son métodos de producción, sino que también constituyen un legado cultural invaluable.

Tabla 1

Caracterización de los encuestados

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra (%)
Femenino	26	65%
Mayor de 40 años	33	82,5%

A partir de la información recolectada se evidencia que la distribución del género en el oficio de tejidos en lana en el municipio de Nobsa está inclinada hacia el lado femenino, con un 65 %, que corresponde a 26 encuestados. Las mujeres predominan en el sector, lo cual no es extraño porque siempre ha existido un rol histórico en el trabajo textil y la confección, además, son quienes suelen asumir roles en la producción textil en el contexto de negocios familiares, especialmente en industrias tradicionales y artesanales como la de Nobsa.

En cuanto a la edad, la mayoría de los encuestados son mayores de 40 años, lo que representa el 82,5% de los encuestados, seguido por aquellos de 20 a 40 años, con el restante de los encuestados, es decir, el 17,5%. Ninguno de los entrevistados está en un rango menor a 20 años, lo que refleja que la industria textil en Nobsa está dominada por trabajadores con mucha

experiencia y conocimiento del oficio. Esto puede indicar que la producción de tejidos es una actividad que requiere habilidades adquiridas a lo largo del tiempo, y que los jóvenes pueden necesitar más tiempo para adquirir el nivel de experiencia necesario. Además, considerando que Nobsa tiene una rica tradición en la producción de tejidos, las personas mayores pueden estar más arraigadas en estas tradiciones y técnicas artesanales.

4.1. Demanda de tejidos en lana producidos en Nobsa/Boyacá

La demanda de tejidos de lana en Nobsa, Boyacá, es un fenómeno influenciado por diversos factores a lo largo del año, es por ello por lo que este apartado se centra en analizar cómo las variaciones estacionales, las tendencias de consumo y otros elementos impactan la compra de estos productos en períodos que no coinciden con las vacaciones.

A partir de lo mencionado, es importante considerar que el mercado de tejidos de lana en Nobsa/Boyacá no es constante durante el año, lo que significa que se ve afectada por la estacionalidad, en temporadas distintas a las vacaciones, ya que no hay un volumen de turistas significativos en el municipio, que son los mayores compradores de dichos productos, por su valor cultural, calidad y diseño.

La investigación indica que la demanda de tejidos es más alta en diciembre y enero con una representación del 75% de los encuestados, lo que podría estar relacionado con las festividades y el incremento de turistas que visitan el municipio, lo mismo sucede en junio y julio con 20%, como resultando de la temporada de vacaciones de mitad de año en Colombia, en las que el municipio recibe un sin número de visitantes nacionales como internacionales, con respecto a lo que resta de periodos la demanda es normal, excepto en agosto y septiembre que presenta un incremento no significativo del 5%, explicado en que al ser temporada de vientos en

el país, el clima es más frío y esto se ve reflejado en el incremento de las ventas a la población local.

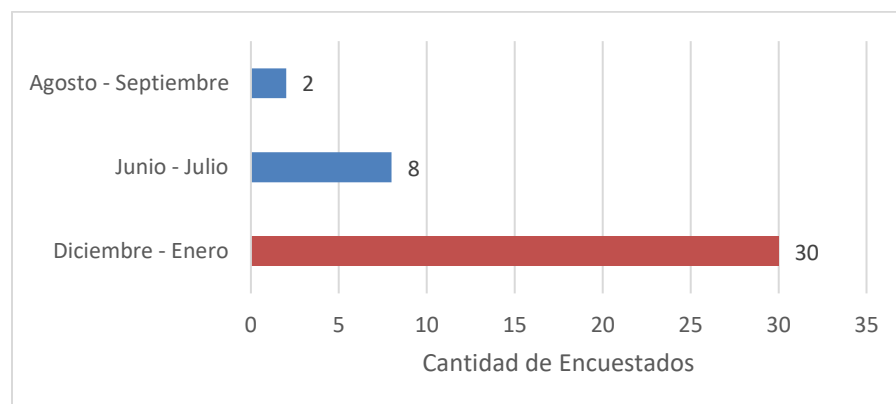
Tabla 2

Meses en que la demanda de tejidos es mayor en Nobsa/Boyacá

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra (%)
Diciembre - Enero	30	75%
Junio - Julio	8	20%
Agosto - Septiembre	2	5%
Total	40	100%

Figura 1

Meses en que la demanda de tejidos es mayor en Nobsa/Boyacá



En este punto se consideran los resultados obtenidos, donde el 75% de los encuestados reporta recibir algún beneficio del turismo. Esto indica que el turismo juega un papel significativo en el apoyo y crecimiento de la industria textil en Nobsa. Los beneficios percibidos pueden incluir un aumento en la demanda de productos, mayor visibilidad y exposición, incremento en las visitas a talleres, y un impacto positivo en la economía local. Estos beneficios

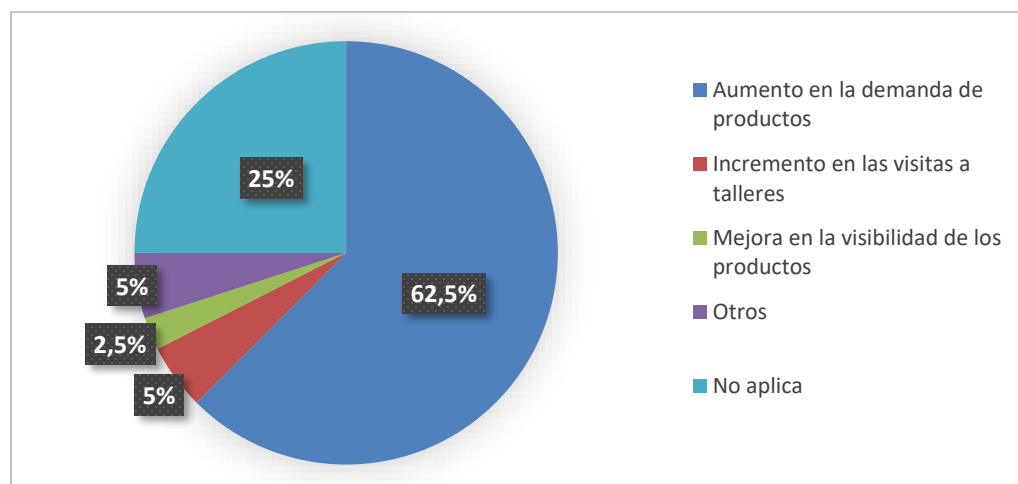
resaltan la importancia de considerar el turismo como un factor clave en el desarrollo y la sostenibilidad de la industria textil en la región.

El aumento en la demanda de productos tejidos en lana es la influencia más significativa que deja el turismo en el municipio, indicando un impacto positivo en las ventas, según el 62,5% de los encuestados, mientras que un 7,5% cree que el turismo influye positivamente, ya que mejora la visibilidad de los productos y aumenta la vista a los talleres de tejido, en lo que respecta al 30% restante, 25% consideran que el turismo no tiene efectos en la actividad, mientras que el 5% dice que genera otro beneficio, como por ejemplo, fomenta la identidad cultural, permite establecer redes de colaboración y mejora la economía local de otros sectores.

Tabla 3

Variables con influencia del turismo

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra
Aumento en la demanda de productos	25	62,5%
Incremento en las visitas a talleres	2	5%
Mejora en la visibilidad de los productos	1	2,5%
Otros	2	5%
No aplica	10	25%
Total	40	100%

Figura 2*Variables con influencia del turismo (%)*

Sin embargo, fuera de estas temporadas, la demanda se reduce drásticamente, afectando la estabilidad económica de los productores, es decir, que en los meses diferentes a los cuales se presenta un pico en las ventas los comerciantes dependen de las ventas locales que realicen y del cumplimiento de las ordenes que generen a partir de redes comerciales establecidas previamente. Esto repercute en el nivel de ingresos y en la cadena productiva, ya que el nivel de ventas es contante, por tanto, los productores deben buscar medidas para mitigar esos efectos, tales como ofertas, que afectan directamente los precios de los tejidos.

En meses distintos a temporada de vacaciones, los productores se enfrentan a varios fenómenos, como, una sobreproducción que puede surgir cuando la demanda no cubra la oferta total. Esto, junto con ingresos bajos, falta de colaboración entre productores y una selección inadecuada de canales de distribución, pueden afectar a la economía local del municipio, considerando que es una región pequeña la cual depende en su mayoría del sector artesanal y en la que, si los entes gubernamentales y asociaciones no toman medidas que contrarresten tales efectos, puede ser un gran golpe a las personas que se dedican a dicha labor.

Comprender la estacionalidad de la demanda y los factores que influyen en ella permite a los artesanos y a las autoridades locales diseñar estrategias más efectivas para diversificar mercados y mitigar la dependencia del turismo. Además, el reconocimiento de la necesidad de innovación y la adopción de tecnologías digitales puede abrir nuevas oportunidades para mejorar la sostenibilidad de la industria.

4.2. Productos sustitutos, una amenaza para los tejidos en lana de Nobsa/Boyacá

Los productos sustitutos son aquellos que pueden suplir la misma necesidad sin necesidad de ser iguales, en el caso de los tejidos en lana realizados en Nobsa/Boyacá tienen variedad de sustitutos, pese a la tradición cultural que conlleva su realización y el uso de procesos manuales en la producción. Porter señala “Cuando la amenaza de sustitutos es alta, la rentabilidad del sector sufre. Los productos o servicios sustitutos limitan el potencial de rentabilidad de una empresa al colocar un techo a los precios” (Porter, 2008).

Actualmente, la industria artesanal de Nobsa enfrenta una amenaza significativa debido a la competencia de productos sustitutos, especialmente los importados de países como Ecuador, Perú y México, además se enfrenta a empresas chinas como Shein y Temu, las cuales en la actualidad representan un auge de mercado en volumen y precios. Estos productos, que son más económicos están afectando la venta de tejidos elaborados por los habitantes de Nobsa, quienes dependen principalmente de los ingresos generados por las ventas efectuadas en temporada de turismo y los convenios comerciales establecidos con otras tiendas.

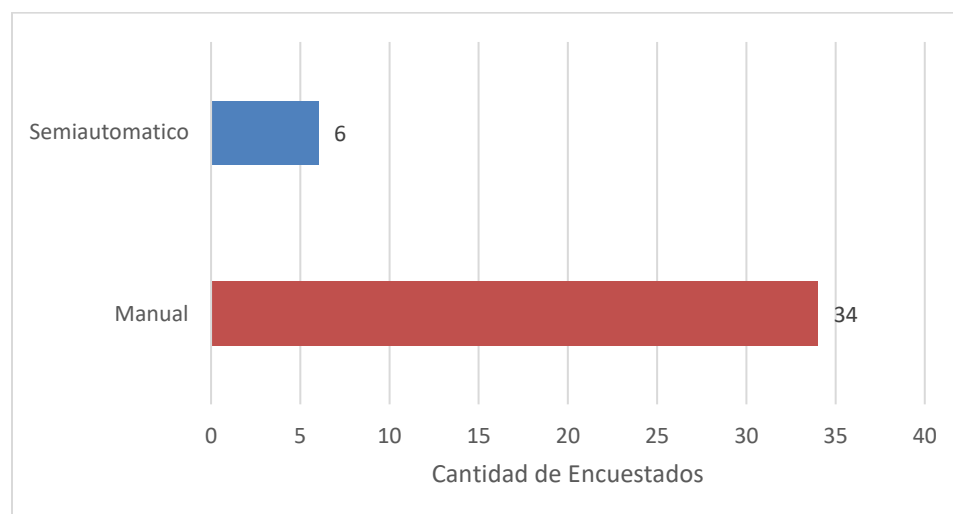
La llegada de estos productos importados ha llevado a una disminución en la demanda de tejidos, no obstante, este no resulta ser el único problema, ya que también se encuentran en el mercado prendas confeccionadas con materiales sintéticos que ofrecen precios más bajos y una variedad de estilos que atraen a los consumidores.

Las prendas elaboradas a mano no solo son símbolo de identidad cultural, sino que también representan una fuente vital de ingresos para muchas familias en la región. Sin embargo, en la actualidad, la sostenibilidad de esta tradición se ve amenazada. Uno de los principales retos que enfrenta la industria artesanal de Nobsa es la competencia de productos sintéticos. Estos productos son fabricados a gran escala y se ofrecen a precios considerablemente más bajos que los tejidos en lana. Las prendas sintéticas tienen la ventaja de ser ligeras, fáciles de cuidar y a menudo disponibles en una variedad de estilos modernos, lo que las hace atractivas para un público más amplio, especialmente los jóvenes. Esta preferencia por lo sintético ha llevado a una disminución en la demanda de productos artesanales, lo que afecta tanto la viabilidad económica de los productores locales como la preservación de su patrimonio cultural.

Además, tal cual se mencionó anteriormente la globalización ha traído consigo un acceso sin precedentes a productos de todo el mundo. Empresas importan prendas de bajo costo desde países con industrias textiles masivas incrementando la competencia. Estas marcas no solo ofrecen precios competitivos, sino que también emplean tácticas de marketing agresivas que atraen a un público global. Como resultado, los productos de Nobsa, que son elaborados de manera artesanal y con técnicas tradicionales, se ven marginados en un mercado saturado. En este punto es importante tener en cuenta, que la elaboración de los tejidos en Nobsa es en su mayoría manual, según el 85% de los encuestados, lo que indica una fuerte tradición artesanal en la producción de tejidos, mientras que solo el 15% utiliza procesos semiautomáticos, en especial en la confección, lo que resulta siendo una desventaja a la hora de enfrentarse a mercados más abiertos, por último, ninguno de los encuestados realiza procesos en su totalidad automáticos, esto demuestra la preservación de una tradición artesanal en el municipio, desde el lavado de la lana, hasta el tejido de esta.

Tabla 4*Descripción del proceso de fabricación de tejidos*

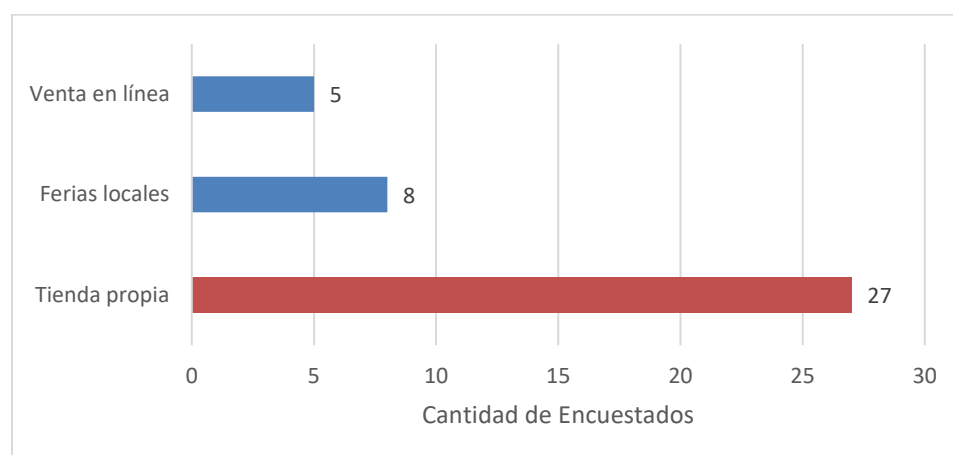
Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra
Manual	34	85%
Semiautomático	6	15%
Total	40	100

Figura 3*Descripción del proceso de fabricación de tejidos*

Además de que la mayoría de la comercialización se realiza en tienda propia, según el 67,5% de los artesanos encuestados y el 12,5% en ferias locales, lo que deja como resultado que muy pocos están alineados a los nuevos desafíos de las ventas electrónicas, como se observa hay canales de distribución que no se están explotando por los artesanos como se debería como, por ejemplo, las ventas en línea, actualmente este medio de venta es uno de los más representativos del mercado, ya que simplifica desplazamientos y hace más sencillas las transacciones entre vendedores y comerciante.

Tabla 5*Canales de venta de los productos*

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra
Tienda propia	27	67,5%
Ferias locales	8	20%
Venta en línea	5	12,5%
Total	40	100

Figura 4*Canales de venta de los productos*

Ante este panorama, es fundamental que los productores de Nobsa busquen formas de adaptarse y competir en el mercado. Una opción es innovar en los diseños y estilos de los tejidos, creando productos que no solo sean auténticos, sino que también se alineen con las tendencias actuales del consumidor. La promoción de productos sostenibles, que enfatizan el uso de materiales naturales y procesos de producción responsables, puede atraer a un público que valora la ética en sus compras. Igualmente, es importante que empiecen a ser uso de las nuevas tecnologías para comercializar y promocionar sus productos, recalcando su valor diferenciador y tradicional.

Además, las autoridades locales, como la alcaldía de Nobsa y la gobernación de Boyacá, deben jugar un papel crucial al promover la región como un destino turístico que celebra su patrimonio textil. Organizando ferias, talleres y eventos no solo a nivel local, sino también nacional, que permita a los compradores interactuar con los artesanos y así, reactivar el interés en los productos locales y generar un flujo adicional de ingresos.

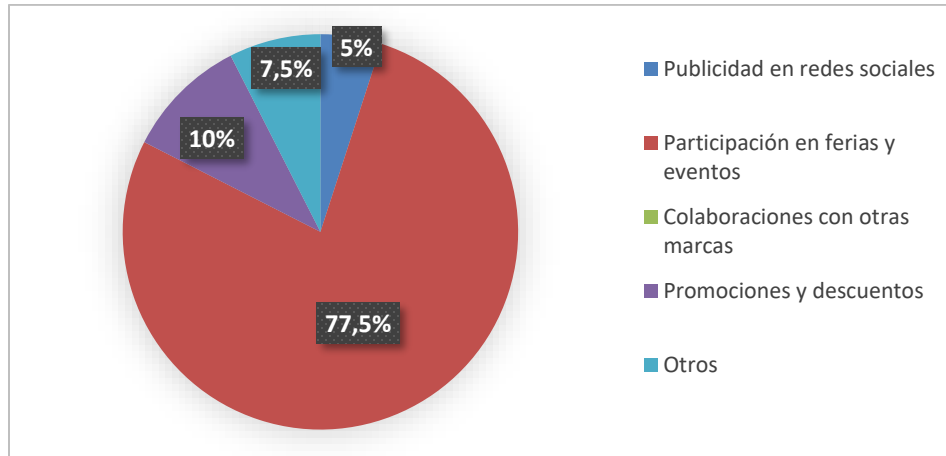
4.3. Impacto de los nuevos competidores en el mercado de tejidos en lana

La entrada de nuevos competidores en el mercado de tejidos en lana en Nobsa, Boyacá, tiene implicaciones significativas para los productores locales. No obstante, a partir de los resultados de la encuesta, se observa que las estrategias para promoción de productos no va en línea con los nuevos requerimiento del mercado, la participación en ferias y eventos organizados en el municipio y fuera de él, representa el 77,5% de los encuestados, seguido de las promociones y descuentos con el 10%, es importante tener en cuenta que los artesanos que utilizan las redes sociales para la promoción de los productos es muy baja con solo el 5% de representación de los encuestados, mientras que el 7,5% hace uso de otros medios, tales como el boca o boca, catálogos, revistas y periódicos locales.

Tabla 6

Estrategias para promoción de productos

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra
Publicidad en redes sociales	2	5%
Participación en ferias y eventos	31	77,5%
Promociones y descuentos	4	10%
Otros	3	7,5%
Total	40	100

Figura 5*Estrategias para promoción de productos*

Esto sugiere que, aunque las estrategias tradicionales como la participación en eventos son valoradas y efectivas, hay una oportunidad significativa para mejorar la presencia en línea y explorar el marketing digital para complementar y expandir las estrategias de promoción actuales y poder llegar a nuevos mercados, no solo nacionales sino también internacionales, lo mismo sucede con las colaboraciones con otras marcas.

Esta situación indica que la población de Nobsa aún carece de una estrategia de mercadeo sólida y amplia, lo que resalta la necesidad de un fortalecimiento en este aspecto para preparar a los productores ante futuras demandas del mercado. En un mundo cada vez más digital, la presencia en línea es fundamental para llegar a un público más amplio, especialmente a los consumidores más jóvenes, quienes suelen preferir realizar compras a través de Internet. La falta de estrategia digital impide que los artesanos se conecten con nuevos mercados y limita su capacidad de promoción y venta.

La llegada de nuevos competidores puede resultar en una reducción de precios en los tejidos de lana, lo que podría afectar los márgenes de ganancia de los productores establecidos.

Sin embargo, esta presión competitiva también puede estimular a los productores locales a optimizar costos y mejorar su eficiencia operativa. Además, puede incentivarlos a implementar estrategias de innovación y a elevar la calidad de sus productos, lo que es fundamental para mantenerse relevantes en el mercado.

La mayoría de los artesanos del municipio tienen una percepción clara sobre la oferta de productos similares en la zona, asegurando que es elevada, de los 40 encuestados 32 creen que hay mucha oferta de tejidos en la región, esto representa el 80% de la totalidad, mientras que el 12, 5% considera que es baja, esto sugiere que la región enfrenta una alta competencia en el mercado textil.

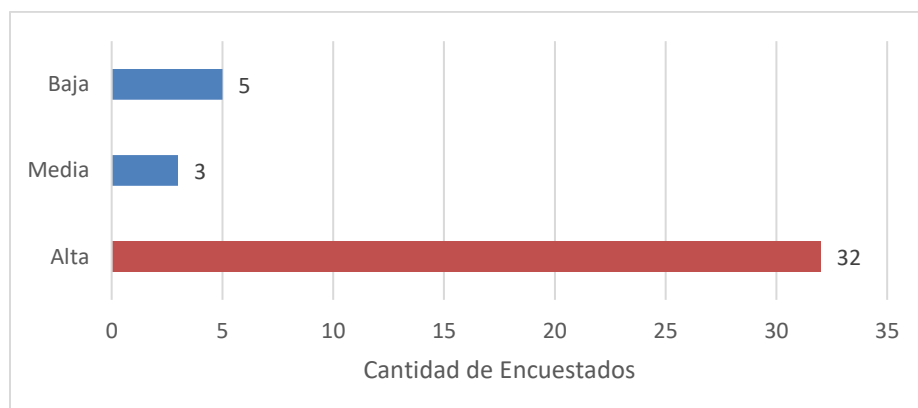
Tabla 7

Calificación de la oferta de productos similares en el área

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra
Alta	32	80%
Media	3	7,5%
Baja	5	12,5%
Total	40	100%

Figura 6

Calificación de la oferta de productos similares en el área



Esto plantea desafíos en términos de diferenciación y estrategia comercial para los productores y vendedores. Sin embargo, también ofrece oportunidades para explorar nichos de mercado, mejorar la innovación y considerar colaboraciones para mantenerse competitivos.

Según el 65% de los encuestados, la competencia es el desafío principal que enfrentan los artesanos que se dedican a la fabricación y comercialización de tejidos en Nobsa, seguido de los limitantes en el acceso a nuevos mercados y los precios, los cuales resultan ser elevados a comparación con los productos importados, y lo cual se explica en el método de elaboración y calidad de los tejidos.

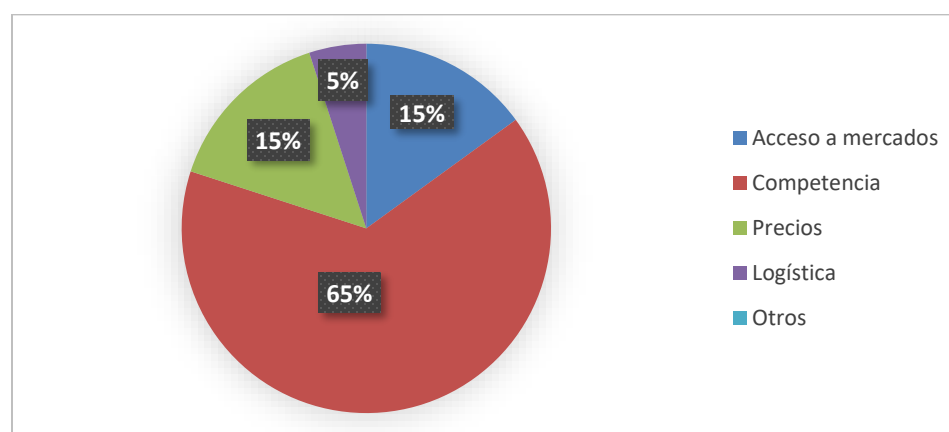
Tabla 8

Desafíos en la comercialización de productos

Variable	Cantidad de Encuestados	Porcentaje de la Muestra
Acceso a mercados	6	15%
Competencia	26	65%
Precios	6	15%
Logística	2	5%
Total	40	100%

Figura 7

Desafíos en la comercialización de productos (%)



Para superar estos desafíos, es crucial que los artesanos innoven en sus productos, fortalezcan su presencia en el mercado, y resalten el valor y la calidad únicos de sus productos artesanales. Además, explorar nuevas oportunidades de distribución y redes puede ayudar a mejorar su alcance y competitividad.

Es importante destacar que, a pesar de la competencia, los productores tradicionales de Nobsa cuentan con la ventaja de su experiencia y la excelente reputación de la calidad de sus tejidos. Esta fortaleza puede ser una puerta de entrada para mejorar los canales de venta y distribución frente a los nuevos entrantes. En lugar de verse como una amenaza, la entrada de nuevos competidores puede abrir oportunidades para formar alianzas estratégicas. Los productores locales podrían colaborar con estos nuevos actores en el desarrollo de productos conjuntos o en la promoción de la cultura del tejido de lana, fortaleciendo así su posición en el mercado.

La adaptabilidad se convierte en un factor crucial ante los cambios que enfrentarán los productores de Nobsa. Aquellos que logren identificar y aprovechar las oportunidades que surjan de la competencia, ya sea mediante la mejora de procesos, el desarrollo de productos innovadores o la creación de nichos de mercado específicos, estarán mejor posicionados para prosperar. La clave radica en transformar la competencia en una oportunidad de crecimiento y evolución, asegurando así la sostenibilidad de la industria textil artesanal en la región.

4.4. Competidores claves, fortalezas y debilidades

El sector de la fabricación de tejidos en lana, especialmente en la producción de ruanas y otros productos artesanales, se encuentra en un entorno competitivo que presenta tanto oportunidades como desafíos significativos. La rica tradición artesanal de regiones como Nobsa, en Boyacá, Colombia, ha permitido que los artesanos desarrollen productos únicos que son

altamente valorados por su calidad y conexión cultural. Sin embargo, el mercado también está saturado de competidores directos e indirectos que plantean retos a la industria artesanal. A

Continuación, se detalla el análisis de los competidores a partir de sus fortalezas y debilidades:

COMPETIDORES CLAVE		FORTALEZAS	DEBILIDADES
COMPETIDORES DIRECTOS	Otras comercializadoras de productos tejidos en lana	- Conocimiento del mercado. - Clientes fijos. - Variedad de proveedores. - Reputación de marca. - Variedad de productos.	- Altos precios. - Poco accesibles. - No están enfocadas en la tradición artesanal. - No se enfocan en nuevos clientes. - No tienen en cuenta las necesidades del cliente ni del proveedor.
	Tiendas de artesanías y mercados locales:	- Productos únicos y artesanales. - Conocen las necesidades de la región. - Horario y ubicación. - Precios asequibles - Apoyo a la comunidad local.	- Disponibilidad limitada. - Bajas ventas. - Mercado estacionario según las temporadas. - Poco alcance de mercado.
	Tiendas en línea	- Accesibilidad - Amplia selección de productos. - Comparación de precios - Personalización.	- Tiempos de entrega. - Incapacidad para ver o probar los productos. - Costo de envío. - Seguridad y privacidad del cliente. - Servicio al cliente limitado.
COMPETIDORES INDIRECTOS	Productos sintéticos para abrigo	- Precios bajos. - Fácil cuidado. - Vertibilidad. - Diseños novedosos.	- Impacto ambiental. - Sensación artificial. - No están enfocadas en la tradición artesanal.
	Tiendas de segunda mano	- Precios asequibles.	- Limitaciones de devolución y garantía. - Estigma asociado. - Productos de mala calidad. - Variedad y disponibilidad limitadas

Los competidores directos son aquellas empresas o productos que ofrecen productos o servicios similares o idénticos y compiten directamente por la misma base de clientes. Estos competidores suelen tener un modelo de negocio similar y buscan satisfacer las mismas necesidades del mercado, es decir que son aquellas empresas que están en el mismo sector y ofrecen productos o servicios que son considerados sustitutos cercanos entre sí.

Entre los competidores directos, encontramos diversas comercializadoras de productos tejidos en lana. Estas empresas poseen una sólida reputación y un conocimiento profundo del mercado. Tienen clientes leales y una variedad de proveedores que les permite diversificar su oferta. Sin embargo, su principal debilidad radica en los altos precios de sus productos, lo que puede limitar su accesibilidad a un público más amplio. Además, muchas de estas empresas no están enfocadas en la tradición artesanal, lo que puede hacer que pierdan la conexión emocional que algunos consumidores buscan en productos auténticos. Este distanciamiento de la cultura local puede ser una oportunidad para que los artesanos se posicionen en el mercado ofreciendo productos que no solo son funcionales, sino que también cuentan una historia.

Por otro lado, las tiendas de artesanías y mercados locales se destacan por ofrecer productos únicos y artesanales que reflejan la cultura de la región. Con un profundo conocimiento de las necesidades de su comunidad, estas tiendas pueden adaptar su oferta de productos a las preferencias locales. Sin embargo, enfrentan debilidades como la disponibilidad limitada de productos y un mercado que puede ser estacionario, afectando sus ventas. A pesar de esto, su enfoque en precios asequibles y su compromiso con el apoyo a la comunidad local les otorgan una ventaja competitiva que los artesanos pueden aprovechar al establecer colaboraciones y alianzas estratégicas.

Las tiendas en línea, por su parte, han transformado la forma en que los consumidores acceden a productos de tejido. Con una amplia selección de artículos y la capacidad de comparar precios fácilmente, ofrecen conveniencia y accesibilidad. Sin embargo, enfrentan desafíos como tiempos de entrega prolongados, costos de envío y la incapacidad de los clientes para ver o probar los productos antes de la compra. Estas debilidades representan una oportunidad para los productores de lana, quienes pueden destacar la experiencia sensorial y la autenticidad de sus productos, brindando un valor que las tiendas en línea no pueden replicar.

Ahora analizaremos los competidores indirectos, estos son aquellos que ofrecen productos o servicios diferentes, pero que compiten por la misma participación en el mercado o por la atención del cliente. Aunque no son directamente comparables a los productos o servicios ofrecidos, pueden influir en las decisiones de los clientes, como los productos sintéticos para abrigo. Aunque ofrecen precios bajos y diseños novedosos, su impacto ambiental y la sensación artificial que proporcionan pueden alejar a los consumidores que valoran la sostenibilidad y la tradición. Asimismo, las tiendas de segunda mano, aunque asequibles, suelen tener una calidad inconsistente y limitaciones en devoluciones y garantías, lo que puede hacer que los consumidores busquen alternativas más confiables.

4.5. Alternativas para reducción de costos, la mejora de la calidad o la expansión del mercado.

Para lograr un crecimiento sostenible en el sector de fabricación de tejidos en lana en Nobsa, es crucial considerar estrategias que aborden la reducción de costos, la mejora de la calidad y la expansión del mercado. A continuación, se presentan alternativas para cada uno de estos aspectos:

Reducción de Costos:

Optimización de Procesos: Revisar y mejorar los procesos de producción para eliminar desperdicios y aumentar la eficiencia. Implementar metodologías como Lean Manufacturing para identificar y reducir actividades que no añaden valor.

Compras Conjuntas: Formar cooperativas entre artesanos para realizar compras de materias primas al por mayor, lo que puede resultar en precios más bajos y mejores condiciones de negociación.

Mantenimiento Preventivo: Establecer un plan de mantenimiento regular para las herramientas y maquinaria, minimizando costos inesperados por fallas y alargando la vida útil del equipo.

Subcontratación de Servicios: Evaluar la posibilidad de subcontratar ciertas funciones (como marketing o distribución) a empresas especializadas, permitiendo que los artesanos se concentren en la producción.

Mejora de la Calidad:

Control de Calidad Riguroso: Implementar un sistema de control de calidad en cada etapa del proceso de producción, asegurando que se cumplan los estándares antes de que los productos lleguen al mercado.

Capacitación Continua: Proporcionar formación regular en nuevas técnicas y tendencias de diseño, ayudando a los artesanos a mejorar la calidad de sus productos y a innovar en sus diseños.

Certificaciones de Calidad: Buscar certificaciones de calidad y sostenibilidad que no solo validen el producto, sino que también aumenten la confianza del consumidor en la marca.

Expansión del Mercado:

Desarrollo de Canales de Venta Alternativos: Además del comercio tradicional, explorar plataformas de comercio electrónico y mercados en línea para llegar a un público más amplio.

Diversificación de Productos: Ampliar la gama de productos ofrecidos, como accesorios de lana o artículos de hogar, para atraer diferentes segmentos de mercado.

Participación en Ferias y Eventos: Asistir a ferias de artesanías y eventos culturales, lo que permite no solo vender productos, sino también promocionar la marca y establecer contactos comerciales.

Marketing Digital: Implementar estrategias de marketing digital efectivas, utilizando redes sociales y publicidad en línea para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.

Alianzas Estratégicas: Formar alianzas con diseñadores o marcas de moda que busquen productos artesanales, lo que puede abrir nuevas oportunidades de venta y posicionar mejor los productos en el mercado.

Evaluación de Resultados

Análisis de Costos y Beneficios: Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de las estrategias implementadas en la reducción de costos, mejora de calidad y expansión del mercado.

Adaptación y Ajuste: Estar dispuesto a ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos y del feedback de los clientes, garantizando que el enfoque se mantenga alineado con las necesidades del mercado.

Implementar estas alternativas puede ayudar a los artesanos de Nobsa a ser más competitivos, sostenibles y exitosos en el mercado actual, además de poder ser un sector comercial sostenible a futuro.

4.6. Descripción de Partes interesadas: Productores, proveedores y comercializadores de lana.

En la producción artesanal de tejidos en lana en el municipio de Nobsa Boyacá, los productores, proveedores y comercializadores juegan roles cruciales, interconectados en una cadena de suministro que refleja tanto la tradición como la innovación.

Los productores son la piedra angular de la industria de la lana. Estos agricultores y ganaderos crían diversas razas de ovejas, aprovechando los beneficios de la región, como el clima. Sin embargo, estos productores enfrentan numerosos retos, desde la variabilidad climática hasta la presión de los mercados que, en ocasiones, favorecen fibras sintéticas más baratas. Sin embargo, muchos están adoptando prácticas sostenibles y responsables, buscando certificaciones que no solo garantizan la calidad de la lana, sino que también promueven el bienestar animal y la conservación del medio ambiente. Esta evolución es esencial, ya que la demanda de productos sostenibles continúa creciendo entre los consumidores.

Posteriormente tenemos a los proveedores quienes actúan como intermediarios esenciales en esta cadena. Su papel va más allá de la simple comercialización; son responsables de la clasificación, lavado y procesamiento de la lana. Este proceso es crucial, ya que la calidad de la lana influye directamente en su valor en el mercado.

La relación entre proveedores y productores es fundamental. Los proveedores no solo compran lana, sino que a menudo ofrecen servicios de asesoramiento y financiamiento a los productores, ayudándoles a mejorar sus prácticas y, por ende, la calidad del producto. Además, muchos proveedores están adoptando tecnologías avanzadas que optimizan la eficiencia del procesamiento, lo que les permite responder a las demandas del mercado con mayor rapidez y calidad.

Finalmente, los artesanos son quienes dan el valor agregado a la lana para posterior comercialización, su labor incluye la transformación de la lana en tejidos como una opción sostenible y de calidad frente a las alternativas sintéticas. Esto implica no solo la venta directa, sino también la creación de estrategias de marketing efectivas que resalten no solo las ventajas de los tejidos sino también de la lana como materia prima.

La capacidad de los comercializadores para adaptarse a las tendencias del mercado es vital. Hoy en día, los consumidores están más informados y son más conscientes de la sostenibilidad. Por ello, los comercializadores deben mantenerse al tanto de estas tendencias y ajustar sus ofertas para satisfacer las expectativas de un público cada vez más exigente, es por ello por lo que la interacción entre productores, proveedores y comercializadores es esencial para el éxito y desarrollo de la actividad artesanal característica del municipio.

4.7. Delimitación para entorno colaborativo para alinear los intereses de partes interesadas

La diversidad de intereses de las partes involucradas en la fabricación y comercialización de tejidos en lana, que abarca desde la cría de ovejas hasta la comercialización de productos finales, puede ser un desafío. Cada actor tiene sus propias prioridades, lo que puede llevar a tensiones y desconexiones. Sin embargo, al adoptar un enfoque colaborativo, se pueden identificar y promover objetivos comunes que beneficien a todos los participantes. Este entorno no solo facilita la resolución de problemas, sino que también permite a las partes interesadas trabajar juntas para innovar y adaptarse a un mercado en constante cambio. Para ello, es importante que se establezca un entorno colaborativo con la finalidad de entender las necesidades y expectativas de cada uno. Además, alinear intereses en torno a la sostenibilidad y la calidad de la lana es fundamental para crear una oferta atractiva que responda a la demanda del consumidor.

Por otra parte, la colaboración permite compartir ideas y experiencias, lo que puede conducir a la creación de soluciones que respondan a los desafíos actuales, como la competencia con fibras sintéticas y las preocupaciones ambientales, es decir que los participantes en la cadena de producción y comercialización deben fomentar la innovación constante en cada uno de sus procesos, con la finalidad de ir acorde a los requerimientos del mercado y consumidor final.

No obstante, para que la colaboración sea efectiva, es necesario implementar espacios de diálogo, como foros, talleres y plataformas digitales donde los actores de la cadena de suministro puedan intercambiar información y experiencias. Además, el desarrollo de acuerdos de cooperación es fundamental, estos acuerdos pueden establecer normas comunes en torno a la sostenibilidad, asegurando que todos los actores sigan prácticas responsables y éticas. Las alianzas estratégicas también pueden ser una forma efectiva de unir esfuerzos en iniciativas de marketing o desarrollo de productos, potenciando el impacto en el mercado. Por último, la capacitación y educación son igualmente cruciales, implementar programas de formación que aborden prácticas sostenibles, nuevas tecnologías y tendencias del mercado ayudará a todos los actores a adaptarse y prosperar en un entorno cambiante.

4.8. Caracterización de Recursos, Tecnología y Capacitación para Mejorar la

Productividad.

Para mejorar la productividad en el sector de fabricación de tejidos en lana en Nobsa, es fundamental caracterizar adecuadamente los recursos disponibles, implementar tecnologías adecuadas y establecer programas de capacitación efectivos, para ello es importante evaluar las habilidades y conocimientos actuales de los artesanos y productores e identificar áreas de mejora y potenciales líderes dentro de la comunidad que puedan capacitar a otros.

En cuanto a las materias primas, es importante asegurar un suministro constante y de calidad de lana, así como establecer relaciones directas con proveedores de confianza para garantizar la sostenibilidad y calidad de la materia prima.

Por último, evaluar las herramientas y equipos utilizados actualmente, identificando las necesidades de mejora que aporten en el desarrollo productivo de los procesos requeridos en la elaboración y fabricación de tejidos.

4.9. Elementos del aseguramiento de calidad del proyecto

Para garantizar el éxito y la sostenibilidad del proyecto en el sector de fabricación de tejidos en lana en Nobsa, Boyacá, es fundamental implementar un sistema de aseguramiento de calidad que abarque diversas áreas. Según nuestra investigación se identificaron las siguientes:

Definición de Estándares de Calidad

Calidad de Materia Prima: Establecer criterios claros para la selección de lana, asegurando que se utilicen fibras de alta calidad y que cumplan con certificaciones sostenibles.

Control de Proceso: Definir protocolos para cada etapa del proceso de producción, desde la cría de ovejas hasta el tejido final, garantizando que se mantenga la calidad en cada fase.

Capacitación y Desarrollo de Competencias

Programas de Capacitación: Implementar formaciones regulares para productores, proveedores y artesanos en temas como manejo de la lana, técnicas de tejido, y prácticas sostenibles.

Intercambio de Conocimientos: Fomentar espacios de colaboración donde los actores puedan compartir experiencias y buenas prácticas.

Monitoreo y Evaluación Continua

Indicadores de Desempeño: Establecer KPIs (Key Performance Indicators) para evaluar la calidad del producto, la eficiencia del proceso y la satisfacción del cliente.

Auditorías Regulares: Realizar auditorías internas y externas periódicas para verificar el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos.

Retroalimentación y Mejora Continua

Sistemas de Retroalimentación: Implementar mecanismos para recoger opiniones de clientes y participantes de la cadena de valor sobre la calidad de los productos y servicios.

Planes de Mejora: Desarrollar acciones correctivas basadas en el feedback recibido, ajustando procesos y productos para satisfacer mejor las necesidades del mercado.

Colaboración entre Partes Interesadas

Alianzas Estratégicas: Establecer colaboraciones con organizaciones y entidades que promuevan la calidad y sostenibilidad en la producción artesanal.

Redes de Apoyo: Crear una red de comunicación entre productores, proveedores y comercializadores para asegurar que todos estén alineados en la búsqueda de la calidad.

Certificaciones y Reconocimientos

Obtener Certificaciones: Buscar certificaciones de calidad y sostenibilidad que validen el compromiso con las buenas prácticas y la responsabilidad social.

Participación en Ferias y Concursos: Presentar productos en eventos relevantes que permitan evaluar y reconocer la calidad del trabajo artesanal.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social

Prácticas Sostenibles: Asegurar que todos los procesos respeten el medio ambiente y fomenten el bienestar de la comunidad.

Impacto Social: Evaluar y comunicar el impacto positivo del proyecto en la comunidad local, promoviendo el apoyo y la participación de los ciudadanos.

Esta implementación nos permitirá mejorar la competitividad del proyecto y a su vez contribuir a la preservación de la tradición artesanal y al fortalecimiento de la identidad cultural en Nobsa.

4.10. Detalle del monitoreo, control y ajuste

El sector artesanal en Colombia es muy vulnerable, muchos artesanos del país se han visto obligados a abandonar su actividad, debido a la falta de apoyo gubernamental y regional para resolver los diversos problemas de orden productivo que enfrentan para lograr que su actividad sea rentable y poder responder a las demandas del mercado de manera más adecuada., entre los problemas más graves se encuentran la baja gestión empresarial, dificultades para la comercialización, consecución de materias primas, nivel tecnológico, procesos productivos y niveles de diseño.

Esto se evidencia en que el mercado artesanal que se maneja es mayormente local, además, las ventas de los productos se incrementan en ciertas temporadas como son las vacaciones de mitad y de fin de año en Colombia, lo que significa una baja en las ventas el resto del año, supliendo solamente una demanda temporal, y mantienen una pequeña producción para cubrir los requerimientos que se presentan el resto del año.

Es por ello por lo que a través del monitoreo y control constante se puede hacer un seguimiento a la cadena productiva, de tal forma que se pueda controlar el desempeño presentado por cada uno de los involucrados, en esta etapa se puede validar los resultados alcanzados en relación a los esperados y plantear acciones que permitan mejorar el desempeño. Es importante realizar un seguimiento continuo no solo a las ventas finales sino a toda la cadena,

igualmente gestionar los riesgos y ajustar las estrategias según sea necesario para mantener la competitividad del sector.

El primer paso es establecer un seguimiento de la cadena productiva, esto implica realizar un análisis del desempeño en cada etapa, desde la obtención de materias primas hasta la venta del producto final. Identificar cuellos de botella y áreas de mejora es fundamental para optimizar la producción.

Asimismo, es necesario implementar un análisis de desempeño regular, a partir de indicadores claros que midan la efectividad de las estrategias. Esta evaluación continua garantiza que se estén alcanzando los objetivos y, en caso contrario, se puedan plantear acciones correctivas.

La gestión de riesgos también juega un papel clave, es fundamental identificar y evaluar riesgos potenciales que puedan afectar la producción y comercialización para garantizar la sostenibilidad.

Además, la capacitación de los involucrados en el sector es esencial, razón por la cual los distintos entes del territorio deben proveer formación en gestión empresarial y marketing, lo cual permitirá a los artesanos optimizar su actividad y mejorar su relación con los consumidores. Incluir programas de formación en el uso de tecnologías modernas también será crucial para aumentar la eficiencia en la producción.

Por último, promover la diversificación de mercados es una estrategia clave, esto conlleva a que se fomente la creación de plataformas de comercio electrónico y uso de nuevas tecnologías, como redes sociales para aumentar la visibilidad de los productos artesanales y abrir nuevas oportunidades de venta.

1 Conclusiones

El impacto positivo del turismo en la industria artesanal de Nobsa Boyacá es notable, el 75% de los encuestados reconocen beneficios significativos que incluyen un aumento en la demanda de productos y mayor visibilidad. Sin embargo, la alta competencia en el mercado local y la baja adopción de estrategias de marketing digital revelan áreas críticas para el desarrollo futuro. Los artesanos enfrentan desafíos en la comercialización, especialmente en términos de competencia y acceso a nuevos mercados. Aprovechar las oportunidades para mejorar la presencia en línea y explorar nuevas estrategias de venta podría ser crucial para fortalecer y expandir la industria textil en Nobsa, asegurando su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

En el contexto actual del mercado, es fundamental que Nobsa, Boyacá, potencie la competitividad de su materia prima de lana mediante un enfoque integral que contemple la diversificación de productos, la innovación en procesos y estrategias efectivas de comercialización.

Para ello se recomienda una planeación estratégica que permita que la lana se convierta en un insumo y materia prima viable para la creación de productos tecnológicos sostenibles, en ello se encuentran:

Se sugiere desarrollar una gama más amplia de productos que incluya prendas de moda contemporánea, artículos para el hogar y productos ecológicos. Esta diversificación permitirá atraer a diferentes segmentos de consumidores y responder a las tendencias del mercado actual.

Es esencial adoptar técnicas modernas en el tejido y la hilatura, así como implementar métodos de tintura natural. Estas innovaciones no solo mejorarán la calidad del producto final, sino que también destacarán las características sostenibles de la lana, lo que puede ser un fuerte argumento de venta.

Igualmente, se recomienda establecer plataformas de comercio electrónico para ampliar el alcance del mercado y facilitar la venta directa al consumidor. Además, fomentar el turismo artesanal mediante talleres y experiencias relacionadas con la producción de lana puede enriquecer la oferta cultural y económica de Nobsa.

Por último, es crucial invertir en capacitación continua para los artesanos locales, así como promover la creación de cooperativas que fortalezcan la negociación y distribución. La colaboración con universidades o centros de investigación también puede impulsar el desarrollo de nuevos productos y mejorar los existentes.

Implementando estas recomendaciones, Nobsa no solo podrá revitalizar su industria lanera, sino también posicionarse como un referente en producción sostenible y artesanal a nivel nacional e internacional. La combinación de tradición e innovación será clave para garantizar un futuro próspero para la lana en esta región.

No obstante, es fundamental la diversificación del uso de la lana como materia prima para otras áreas o sectores de la economía como, por ejemplo, el sector de la construcción, esto teniendo en cuenta que la lana es un material con altos grados de aislante debido a la propiedades térmicas y acústicas que posee, lo que puede ayudar a generar condiciones más estables en un espacio.

Otra de las áreas en la cual podrían incursionar los productores de lana es la industria de la belleza, a partir de la creación de cosméticos derivados de la lanolina, el cual es un componente natural de la lana que ofrece propiedades hidratantes para la piel.

5. Referencias

Contreras, M. (2018). El desarrollo de un pueblo a partir de un tejido. Tejiendo tradición.

<https://tejiendotradicion.wixsite.com/ruanas/post/econom%C3%ADa>

López, J. y Rojas, Á. (2008). Estudio de competitividad del sector tejidos artesanales de Nobsa

(Colombia). [https://www.monografias.com/trabajos73/estudio-competitividad-](https://www.monografias.com/trabajos73/estudio-competitividad-sectortejidos-artesanales/estudio-competitividad-sector-tejidos-artesanales2)

[sectortejidos-artesanales/estudio-competitividad-sector-tejidos-artesanales2](https://www.monografias.com/trabajos73/estudio-competitividad-sectortejidos-artesanales/estudio-competitividad-sector-tejidos-artesanales2)

Gutiérrez, N. y Vega, A. (2018). Caracterización del Sector Artesanal del Municipio de Nobsa (Boyacá).

[https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/2553/TGT_1142.pdf;jsessionid=70F](https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/2553/TGT_1142.pdf;jsessionid=70FB794332B828E305CEE58D2E56CB0B?sequence=1)
[B794332B828E305CEE58D2E56CB0B?sequence=1](https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/2553/TGT_1142.pdf;jsessionid=70FB794332B828E305CEE58D2E56CB0B?sequence=1)

Cordero, P., Chavarría, H., Echeverri, R., y Sepúlveda, S. (2003). Territorios rurales, competitividad y desarrollo.

[https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7388/BVE19039673e.pdf?sequence=1](https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7388/BVE19039673e.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
[&isAllowed=y](https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7388/BVE19039673e.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Porter, M. (2017). Ser Competitivo. Edición actualizada y aumentada.

[https://books.google.com.pe/books?id=CIgKoErmS_MC&printsec=frontcover&hl=es#v](https://books.google.com.pe/books?id=CIgKoErmS_MC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
[=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=CIgKoErmS_MC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)

Bustos, C. (2009). La producción artesanal.

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880009.pdf>

Cuchia, J. y Pacheco, F. (2014). Modelo de costos basado en actividades para la industria del tejido artesanal en el municipio de Nobsa.

[https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/190bd80f-ba56-4bf3-](https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/190bd80f-ba56-4bf3-9dec696d66805f90/content)
[9dec696d66805f90/content](https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/190bd80f-ba56-4bf3-9dec696d66805f90/content)

Ley 36 de 1984. Por la cual se reglamenta la profesión de artesano y se dictan otras disposiciones. 19 de noviembre de 1984. D.O. No. 36797.

Ley 2184 de 2021. Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. 06 de enero de 2021. D.O. No. 51909.

Ley 2294 de 2023. Por el cual se expide el plan nacional de desarrollo 2022- 2026 “Colombia potencia mundial de la vida”. 19 de mayo de 2023.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510>

Alcaldía de Nobsa. Plan de desarrollo Nobsa a otro nivel 2024 – 2027.

https://nobsaboyaca.micolombiadigital.gov.co/sites/nobsaboyaca/content/files/000585/29211_anexo-1-plan-de-desarrollo-nobsa-a-otro-nivel-2024--2027.pdf

Muñoz, C. (2011). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis.

<http://www.indesgua.org.gt/wp-content/uploads/2016/08/Carlos-Mu%C3%B1oz-Razo-Como-elaborar-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis-2Edicion.pdf>

Artesanías de Colombia S.A. (2020). Características sociodemográficas de la población artesanal de Nobsa, Boyacá.

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5049/4/INST-D%202020.%2058.%203.pdf>

Artesanías de Colombia S.A. (2019). Memorias de oficio. Tejeduría Nobsa, Boyacá.

https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/40125_inst-d_2019._104.pdf

Morales, L. & Serrano, D. (s.f.). Diagnóstico departamental del sector artesanal Boyacá.

https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/28113_diagnostico_boyaca_sieaa.pdf

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia.

https://utecno.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Galvis, M. (s.f.). La crisis del sector textil. <https://www.portafolio.co/opinion/mauricio-cabrera-galvis/la-tesis-del-sector-textil-analisis-508883>

Espinoza, M. (2020). Las fuerzas de Porter: Estrategias luego de su aplicación.

https://www.researchgate.net/publication/349108297_LAS_FUERZAS_DE_PORTER_E_STRATEGIAS_LUEGO_DE_SU_APLICACION

Lucidchart (s.f.) Guía 6 edición PMBOK: Crea una mejor dirección de proyectos.

<https://www.lucidchart.com/blog/es/que-es-la-guia-pmbok-en-la-direccion-de-proyectos>

Riveros, A. (2020) Las 10 áreas de conocimiento en dirección de proyectos según el PMBOK®.

<https://www.ealde.es/areas-conocimiento-pmbok/>

Barato, J. (2015). Caso práctico. En El director de proyectos a examen: guía de estudio en

español para la capacitación del Director de Proyectos (pp. 769-782). Ediciones Díaz de Santos.

Departamento Nacional de Planeación. (2024). Dirección de Proyectos e Información de

Inversión Pública. <https://acortar.link/BV4VhR>

Guzmán, M. (2014). Gestión del Costos del Proyecto. <https://acortar.link/09ZOKV>

Siles, R. y Mondelo, E. (2018). Herramientas y técnicas para la gestión de proyectos de

desarrollo. <https://acortar.link/fnMAM>

6. Anexos

Anexo A: Encuesta realizada

Sección 1: Información General

Nombre del encuestado: _____

Edad: _____

Genero: _____

Sección 2: Influencia del Turismo

1. ¿Recibe su actividad algún tipo de influencia o beneficio del turismo?

Sí _____

No _____

No sabe _____

2. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cómo influye el turismo en su actividad?

Aumento en la demanda de productos _____

Incremento en las visitas a talleres _____

Mejora en la visibilidad de los productos _____

Otros: _____

Sección 3: Demanda y Oferta

3. ¿Cuáles son los meses en que la demanda de tejidos es mayor?

Diciembre – Enero _____

Febrero – Marzo _____

Abril – Mayo _____

Junio – Julio _____

Agosto – Septiembre _____

Octubre – Noviembre _____

4. ¿Cómo calificaría la oferta de productos similares en su área?

Alta _____

Media _____

Baja _____

Sección 4: Procesos Productivos

5. ¿Cómo describiría el proceso de fabricación de sus tejidos?

Manual _____

Semi-automático _____

Automático _____

Sección 5: Comercialización y Estrategias de Venta

6. ¿Qué estrategias utiliza para promocionar sus productos?

Publicidad en redes sociales _____

Participación en ferias y eventos _____

Colaboraciones con otras marcas _____

Promociones y descuentos _____

Otros: _____

7. ¿Cuál es su principal desafío en la comercialización de sus productos?

Acceso a mercados _____

Competencia _____

Precios _____

Logística _____

Otros: _____

8. ¿Cuál es el principal canal de venta de sus productos?

Tienda propia _____

Ferias locales _____

Tiendas de artesanía _____

Venta en línea _____

Otros: _____

Anexo B Datos Recolectados con Codificación

VARIABLE	Sección 1 información general		Sección 2 Influencia del turismo	
Encuestados	Edad	Género	¿Recibe su actividad algún tipo de influencia o beneficio del turismo?	Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cómo influye el turismo en su actividad?
1	3	1	1	1
2	3	1	1	1
3	3	1	1	1
4	3	2	2	5
5	2	2	1	1
6	3	2	1	1
7	3	2	2	5
8	3	1	1	1
9	3	2	1	1
10	3	2	1	1
11	3	2	1	1
12	3	1	1	1
13	2	2	2	5
14	3	2	2	5
15	3	2	1	3
16	3	2	1	2
17	3	2	1	1
18	3	2	1	1
19	3	2	2	5
20	2	1	1	1
21	3	1	1	4
22	3	1	1	1
23	3	2	2	5
24	3	2	1	1
25	2	2	2	5
26	3	2	1	2
27	3	2	1	1
28	3	1	2	5
29	3	2	1	1
30	3	2	1	1

31	3	1	1	1
32	3	2	1	1
33	2	1	1	1
34	3	1	1	1
35	3	1	1	1
36	2	2	2	5
37	2	2	1	1
38	3	2	1	4
39	3	1	1	1
40	3	2	2	5

VARIABLE	Sección 3 Demanda y Oferta		Sección 4 Procesos Productivos
Encuestados	¿Cuáles son los meses en que la demanda de tejidos es mayor?	¿Cómo calificaría la oferta de productos similares en su área?	¿Cómo describiría el proceso de fabricación de sus tejidos?
1	1	1	1
2	1	1	1
3	1	1	1
4	1	1	1
5	4	3	1
6	1	1	2
7	1	2	1
8	1	1	2
9	1	1	1
10	4	3	1
11	1	1	1
12	4	1	1
13	1	1	1
14	4	2	1
15	1	1	1
16	1	1	1
17	1	1	1
18	1	1	1
19	1	1	1
20	1	3	1
21	1	3	1
22	1	1	2
23	4	1	1
24	4	1	1

25	5	1	1
26	1	1	1
27	1	1	2
28	4	1	2
29	1	1	2
30	1	2	1
31	5	1	1
32	4	1	1
33	1	1	1
34	1	1	1
35	1	1	1
36	1	3	1
37	1	1	1
38	1	1	1
39	1	1	1
40	1	1	1

VARIABLE	Sección 5 Comercialización y Estrategias de Venta		
Encuestados	¿Qué estrategias utiliza para promocionar sus productos?	¿Cuál es su principal desafío en la comercialización de sus productos?	¿Cuál es el principal canal de venta de sus productos?
1	2	2	1
2	5	2	1
3	2	2	1
4	2	1	1
5	4	2	1
6	2	2	1
7	2	3	1
8	1	2	4
9	2	3	1
10	2	2	1
11	4	1	2
12	2	2	1
13	2	4	1
14	2	2	1
15	5	2	2
16	2	2	2
17	2	1	2

18	2	2	2
19	2	2	4
20	4	2	2
21	2	2	1
22	4	4	1
23	2	3	1
24	2	2	1
25	2	2	4
26	2	2	4
27	1	2	1
28	2	2	1
29	2	3	1
30	2	1	1
31	2	3	4
32	2	2	2
33	2	2	2
34	2	2	1
35	2	2	1
36	5	1	1
37	2	3	1
38	2	1	1
39	2	2	1
40	2	2	1

Anexo C Codificación de datos encuesta

CODIFICACIÓN DE DATOS

Codificación Sección 1 información general

Edad (1 = Menor de 20, 2 = 20 - 40, 3 Mayor de 40)

Género (1 = masculino, 2 = femenino)

Codificación Sección 2 Influencia del turismo

1. ¿Recibe su actividad algún tipo de influencia o beneficio del turismo? (1 = SI, 2 = NO, 3 = NO SABE)

2. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿cómo influye el turismo en su actividad? (1 = Aumento en la demanda de productos, 2 = Incremento en las visitas a talleres, 3 = Mejora en la visibilidad de los productos, 4 = Otros, 5 = No Aplica)

Codificación Sección 3 Demanda y Oferta

3. ¿Cuáles son los meses en que la demanda de tejidos es mayor? (1 = Diciembre - Enero, 2 = Febrero - Marzo, 3 = Abril - Mayo, 4 = Junio - Julio, 5 = Agosto - Septiembre, 6 = Octubre - Noviembre)

4. ¿Cómo calificaría la oferta de productos similares en su área? (1 = Alta, 2 = Baja, 3 = Media)

Codificación Sección 4 Procesos Productivos

5. ¿Cómo describiría el proceso de fabricación de sus tejidos? (1 = Manual, 2 = Semiautomática, 3 = Automática)

Codificación Sección 5 Comercialización y Estrategias de Venta

6. ¿Qué estrategias utiliza para promocionar sus productos? (1 = Publicidad en redes sociales, 2 = Participación en ferias y eventos, 3 = Colaboraciones con otras marcas, 4 = Promociones y descuentos, 5 = Otros)

7. ¿Cuál es su principal desafío en la comercialización de sus productos? (1 = Acceso a mercados, 2 = Competencia, 3 = Precios, 4 = Logística, 5 = Otros)

8. ¿Cuál es el principal canal de venta de sus productos? (1 = Tienda propia, 2 = Ferias locales, 3 = Tiendas de artesanía, 4 = Venta en línea, 5 = Otros)
