

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**



**“INFLUENCIA DE LA ARTESANIA TEXTIL EN EL
DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE
CHACHAPOYAS - 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y HOSTELERIA**

AUTOR 1 (A): Bach. Leidy Andrea Ramírez Silva

AUTOR 2 (A): Bach. Karen Jesenia Medina Jiménez

ASESOR: Lic. Erik Martos Collazos Silva

CHACHAPOYAS - AMAZONAS – PERÚ 2017

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**



**“INFLUENCIA DE LA ARTESANIA TEXTIL EN EL
DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE
CHACHAPOYAS - 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y HOSTELERIA**

AUTOR (A) 1: Bach. Leidy Andrea Ramírez Silva

AUTOR (A) 2: Bach. Karen Jesenia Medina Jiménez

ASESOR: Lic. Erik Martos Collazos Silva

CHACHAPOYAS - AMAZONAS – PERÚ 2017

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

PH. D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR

Dr. OSCAR ANDRES GAMARRA TORRES
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Econ. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DEDICATORIA

Con todo cariño que se merece dedicamos esta investigación a nuestros padres que durante el recorrido de nuestra formación personal y profesional siempre hemos contado con su apoyo incondicional, quienes con sus consejos, sus valores y su constante motivación nos han permitido ser unas personas de bien y salir adelante ante cualquier obstáculo que se nos presente.

Muchas Gracias

AGRADECIMIENTO.

En primer lugar dar gracias a Dios, por ser nuestra fortaleza y guiar nuestras vidas por el camino del bien, y poner en el a personas que nos apoyaron incondicionalmente durante la vida universitaria y culminar con satisfacción, además agradecer a nuestros profesores, por su paciencia, sus enseñanzas y consejos que supieron compartir oportunamente.

A la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, nuestra alma mater quien nos ha cobijado y brindado los conocimientos necesarios de acuerdo a nuestra vocación profesional.

Agradecer también a todas las tiendas artesanales, artesanas de la Ciudad de Chachapoyas quienes han contribuido de manera positiva en la realización de esta investigación.

VISTO BUENO DEL ASESOR

El que suscribe en cumplimiento del artículo 23 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (RCG. N° 022-2006-UNAT-A-CG.), da el visto bueno al informe final de la tesis “Influencia de la Artesanía Textil en el Desarrollo Turístico de la Ciudad de Chachapoyas - 2015”, la Bachiller: Leidy Andrea Ramírez Silva y la Bachiller: Karen Jesenia Medina Jiménez, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el jurado evaluador, para su posterior sustentación, el mismo que fue elaborado de acuerdo a la Metodología Científica y en concordancia con el esquema de la UNTRM.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.

Lic. Erik Martos Collazos Silva
ASESOR

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA-----	4
AGRADECIMIENTO-----	5
RESUMEN-----	11
ABSTRAC-----	12
I. INTRODUCCIÓN -----	14
II. OBJETIVOS -----	19
2.1. Objetivo General -----	19
2.2. Objetivos Específicos -----	19
III. MARCO TEORICO-----	21
3.1. Antecedentes de la investigación -----	21
3.2. Bases teóricas-----	31
3.3. Definición de términos básicos -----	35
IV. MATERIAL Y METODOS-----	44
4.1. Objeto de estudio-----	44
4.2. Variable de estudio -----	44
4.3. Operacionalización de variables -----	45
4.4. Tipo de estudio -----	47
4.5. Diseño de la Investigación-----	47
4.6. Población-----	47
4.7. Muestra -----	48
4.8. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos -----	49
4.9. Análisis de datos -----	50
V. RESULTADOS-----	53
5.1. Resultados de la demanda -----	53
5.1.1. Resultados de las encuestas dirigidas a los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas para medir la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas.-----	54
5.2. Resultados de la oferta -----	70
5.2.1. Resultados de las entrevistas realizadas a establecimientos que expenden artesanía en la ciudad de Chachapoyas -----	70
VI. DIAGNOSTICO SITUACIONAL -----	78
6.1. Diagnostico situacional de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas --	78
6.1.1. Materiales e insumos necesarios con los que realizan los telares los artesanos de la ciudad de Chachapoyas -----	82
6.1.2. Técnicas que utilizan los artesanos de la ciudad de Chachapoyas -----	82

6.1.3. Las labores o puntos que utilizan los artesanos textiles de la ciudad de Chachapoyas son:-----	83
6.1.4. Proceso de elaboración de los productos textiles de la ciudad de Chachapoyas -----	83
6.1.5. Proceso de fabricación-----	84
6.1.6. Características de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas-----	88
6.1.7. Diamante de la competitividad de la artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas -----	89
6.2. Análisis foda-----	95
VII. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS “LOS ARTESANOS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS”-----	104
7.1. Generalidades de la aérea de estudio-----	104
7.1.1 Ubicación del área de estudio-----	104
7.1.2 Delimitación del área de estudio -----	104
7.1.3. Población-----	105
7.1.4. Actividades económicas -----	105
7.2. Misión de la asociación artesanal textil “los artesanos de Chachapoyas” ----	105
7.3. Visión de la asociación artesanal textil “los artesanos de Chachapoyas”-----	105
7.4. Valores de la asociación “los artesanos de Chachapoyas”-----	106
7.5. Objetivos de la propuesta -----	106
7.5.1. Objetivo general -----	106
7.5.2. Objetivos específicos -----	106
7.6. Justificación-----	107
7.7. Etapa del ciclo de vida del producto -----	107
7.8. Producto artesanal textil de la ciudad de la ciudad de Chachapoyas. -----	109
7.9. Tipo de estrategia: atracción vs empuje para la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas -----	109
7.10. Mix promocional-----	110
7.1.1. Estrategia promocional-----	111
7.11. Campaña promocional-----	121
7.11.1 Nombre de la campaña -----	121
7.11.2 Marca-----	121
7.11.3. Época o periodo-----	122
7.11.4. Cuadro de actividades -----	122
7.11.5. Estrategias promocionales-----	123

7.11.6. Presupuesto-----	124
7.11.7. Evaluación o feedback -----	124
VIII. DISCUCIONES-----	127
IX. CONCLUSIONES-----	133
X. RECOMENDACIONES -----	136
XI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS -----	138
XII. ANEXOS -----	142

RESUMEN

La presente investigación pretende determinar la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas; formulando a problema ¿Cómo influye la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas?. En dicha investigación, por ser de carácter social, se utilizó el método inductivo, la técnica utilizada fue la encuesta , a través del cuestionario y la entrevista, la primera técnica aplicada a 78 turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas en un periodo de enero a mayo del 2016 y la segunda a 7 tiendas de artesanía registradas en IPERÚ y 6 artesanos de la ciudad de Chachapoyas, luego de aplicar la encuesta y la entrevista se procesó y analizó la información a través del programa Excel 2013. El estudio sustenta la teoría de la oferta, demanda, y producción, los cuales influyen directamente con los aspectos económicos y de producción en la actividad artesanal, asimismo se elaboró una propuesta de estudio enfocada en el diseño y elaboración de estrategias de marketing para una mayor promoción y difusión de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

PALABRAS CLAVES: Artesanía Textil, Desarrollo Turístico, Influencia

ABSTRAC

The present research tries to determine the influence of the textile craftsmanship in the tourist development of the city of Chachapoyas; formulating a problem How does the textile handicraft influence in the tourist development of the city of Chachapoyas ?. In this research, because of its social nature, the inductive method was used, the technique used was the survey, through the questionnaire and interview, the first technique applied to 78 tourists who visited the city of Chachapoyas in a period from January to May 2016 and the second to 7 crafts shops registered in IPERÚ and 6 craftsmen of the city of Chachapoyas, after applying the survey and the interview was processed and analyzed the information through the program Excel 2013. The study supports the theory of supply, demand and production, which directly influence the economic and production aspects of the artisan activity, and a proposal for a study focused on the design and elaboration of marketing strategies for the promotion and dissemination of handicrafts textile of the city of Chachapoyas.

CAPITULO I
INTRODUCCION

I. INTRODUCCIÓN

El arte textil constituye una de las manifestaciones más importantes de la población. A través del tiempo se han constituido diversas líneas artesanales, las cuales han sido aceptadas en la sociedad, representando la peculiaridad de cada ámbito geográfico. A lo largo de la historia la artesanía textil ha ido evolucionando y mejorando el decorado durante el proceso de tejeduría, creando motivos figurativos o abstractos, a base de utilizar tramas y urdimbres (En tejido o tela, la urdimbre o hilo es el conjunto de hilos longitudinales que se mantienen en tensión en un marco o telar, para diferenciarlo del hilo insertado sobre la urdimbre y bajo ella que se llama “trama”, “contrahilo” o “relleno”. Cada hilo individual de la urdimbre en un tejido se llama “cabo de urdimbre” o “cabo”, por analogía con los cabos utilizados en el aparejo de barcos.) Según Baugh, Gail (2011). Este sistema requería unos profundos conocimientos tecnológicos y una infraestructura de maquinaria completa, claro está que la gran parte entra la mano de obra del artesano quien fue y es el creador de los grandes diseños y el avance en la actualidad de la artesanía. Cabe mencionar que la artesanía textil hoy en día forma parte del mundo globalizado en donde se puede percibir grandes y diferentes cantidades las cuales generan importantes acontecimientos sociales, a través del pasar del tiempo,

En el Perú el arte textil ha ido evolucionando de la mano con el crecimiento del turismo convirtiéndose en una actividad complementaria para el desarrollo de las diferentes regiones dedicadas a la actividad turística.

La Ciudad de Chachapoyas es la capital de la provincia del mismo nombre. Está ubicada a 06° 13' 30'' de latitud sur y 06° 51' 00'' de longitud oeste. Se localiza en una meseta a 2,335 m.s.n.m., en la parte superior de la margen derecha del río Utcubamba, afluente del Marañón. El área de estudio tiene una superficie de 1 707.25 hectáreas. De acuerdo con el censo peruano de 2007, la población de la ciudad de Chachapoyas era de 23 202 habitantes. Entre sus principales actividades económicas son agricultura, Ganadería, Comercio y Turismo.

En la actualidad se viene desarrollando la artesanía textil como actividad complementaria para el turismo pues cuentan con capital humano que tienen la

habilidad en sus manos de crear y confeccionar prendas de vestir, accesorios personales, para el hogar, entre otros. Por ello es que se fundó la asociación “los artesanos de Chachapoyas” el 23 de Noviembre del 2016, con el soporte del Gobierno Regional Amazonas quien les está brindando apoyo a la organización para que tengan acceso a formar parte de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Chachapoyas lo cual están enfocados a diversificar su oferta, mayor difusión y promoción de los productos textiles elaborados en la Ciudad de Chachapoyas. Es así que la Artesanía Textil es de carácter ancestral, manteniendo y conservando una serie de patrones culturales que son transmitidas de generación en generación.

Pero sin duda el aspecto más importante de la Artesanía, es que está directamente ligada a la actividad turística; puesto que los artesanos, en la mayoría de casos en el Perú, mantienen relación directa con los turistas, quienes realizan diversas actividades en las localidades que visitan; entre ellas, es el intercambio de expresiones culturales en donde la artesanía textil representan un lugar muy importante en el proceso de reconocimiento de las culturas y de los lugares al que pertenece. Es por ello que la presente investigación está compuesta por capítulos en donde se describen y analizan la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas, es así que en el capítulo n°2 se plasma los objetivos de la investigación siendo el objetivo principal Determinar la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico en la ciudad de Chachapoyas, durante el año 2015, seguido por el marco teórico que son la base de la investigación compuesta por los antecedentes locales, nacionales e internacionales, bases teóricas y definición de términos básicos, los materiales y métodos que se ha utilizado para la recopilar la información del estado actual de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas, los resultados de las encuestas y entrevistas a los turistas nacionales y extranjeros, a los dueños de las tiendas artesanales textiles y a los artesanos quienes tienen el arte en sus manos para realizar objetos artesanales textiles así como, también conocer el proceso de producción artesanal, y su importancia de mejorar las condiciones para la producción de artesanía, asimismo se realizó una propuesta de marketing para mejorar la comercialización, promoción y difusión de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

La información que se brinda es de completa veracidad ya que se ha realizado un trabajo arduo de campo del cual se ha obtenido una serie de resultados que están plasmados con datos estadísticos y cuadros sobre la situación actual del sector artesano en la Ciudad de Chachapoyas, del mismo modo este documento pretende ser una ayuda para aquellas personas o empresas del sector que buscan ampliar su capacidad productiva y volverse cada vez más competitivos. En los últimos años en la ciudad de Chachapoyas se viene dando un crecimiento acelerado de la actividad turística generando que la población tenga la iniciativa de invertir en hoteles, restaurantes, tiendas artesanales, entre otros. Muchos de los propietarios de las tiendas artesanales no son los productores de los objetos que ofrecen a los turistas, los principales productores son los artesanos aledaños a la ciudad de Chachapoyas que tienen una participación en las microempresas como proveedores, son ellos los creadores de los diseños que se plasman en los productos artesanales textiles. Sin embargo estas personas no cuentan con apoyo para emprender su propio negocio, ni con los suficientes estándares de calidad para presentar un producto con una marca y mucho menos tienen canales de comercialización. Debido a esta problemática es que nace la idea de realizar la presente investigación de determinar la Influencia Económica y Cultural que tiene la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

Asimismo en la ciudad de Chachapoyas según la investigación se determina que la Artesanía Textil cumple un papel muy importante en el desarrollo del turismo ya que en la mayoría de turistas que se encuestaron mencionan que han adquirido objetos artesanales textiles en sus visitas. El acelerado crecimiento de la actividad turística está dando lugar a nuevas inversiones privadas turísticas tales como: Agencias de Viajes posicionadas a nivel nacional e internacional (Viajes Pacifico), hoteles que brindan servicio con estándares de calidad (Meflo, La Xalca, Casa Hacienda Achamaqui). Es así que la apertura de las Telecabinas Kuelap está generando incremento de visitas a la Ciudad de Chachapoyas.

Afirmamos que este trabajo es una gran contribución al sector textil Amazonense, a la búsqueda de un espacio cada vez mayor en el mercado nacional, que en la actualidad es requerido por una serie de factores para la búsqueda de la calidad del producto artesanal, con muchas posibilidades de

generar empleo en la familias, contribuyendo de esta forma al crecimiento económico y al desarrollo de la actividad turística de la Ciudad de Chachapoyas como centro de soporte de la Región Amazonas.

CAPITULO II
OBJETIVOS

II. OBJETIVOS

2.1.Objetivo General

Determinar la influencia económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo turístico en la ciudad de Chachapoyas, durante el año 2015.

2.2.Objetivos Específicos

- Identificar los artesanos textiles de la ciudad de Chachapoyas
- Realizar un diagnóstico del estado actual de artesanía textil en el desarrollo turístico en la ciudad de Chachapoyas.
- Identificar la influencia económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas.
- Realizar un Plan de Marketing para mejorar la actividad artesanal como herramienta para el desarrollo de la actividad turística.

CAPITULO III
MARCO TEORICO

III. MARCO TEORICO

3.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

RIVERA. G. (2012) MEXICO desarrolló la investigación denominada “Diagnóstico de la Problemática del Desarrollo del Arte Textil” tesis sustentada para obtener el título profesional de Diseñador Artesanal en la Facultad de Sociología en la Universidad Nacional Autónoma de México.

Tiene como objetivo general el desarrollo del Arte Textil que se desarrolla en la ciudad de México, teniendo como diseño de investigación a una población de los artesanos existentes en la Ciudad Federal, y como muestra a las tiendas de ventas de artesanía ubicadas alrededor de la ciudad.

Para el desarrollo de recolección de datos utilizó la técnica de encuestas y entrevistas a la población involucrada. Las cuales fueron las causantes de conllevar a las siguientes conclusiones: Que la mayoría de personas que adquieren la artesanía de la zona son turistas internacionales y de la edad de 25- 45 años, además se puede concluir que gracias al incremento de turistas en lo últimos años la ciudad de México ha tenido una buena demanda para los productos artesanales, que en su mayoría visitan los atractivos turísticos y como recuerdos de la ciudad adquieren artesanía. Asimismo se observó un gran involucramiento por parte de la población y de autoridades involucradas en el sector artesanal para lograr el desarrollo del arte textil.

CONTRERAS. M. (2013) MÉXICO, desarrolló la investigación denominada “Diseño de nuevos productos con textil artesanal de Teotitlán del Valle, en coordinación con el Centro de Arte Textil Zapoteco Bii Daüü”. Tesis sustentada para obtener el título profesional de Ingeniero en Diseño en la Universidad Tecnológica de Mixteca en Oaxaca.

Esta investigación tuvo como objetivo general: “Diseñar nuevos productos que demande el usuario nacional para fortalecer la oferta de productos utilitarios del Centro de Arte Textil Zapoteco Bii Daüü”. Siendo una

investigación de tipo analítica, en los métodos utilizados fueron entrevistas, fuentes documentales y de campo, concentrando la información en: análisis del usuario, investigación de mercado e investigación de diseño. La investigación no tuvo una muestra población, ya que fue enfocada directamente al usuario mexicano; logrando tener las siguientes conclusiones: Después de haber definido el proyecto en la Fase 0 de la metodología, y dado que el proyecto se enfoca a la artesanía textil elaborada en el centro Bii Daiüü, se realizó una investigación de campo aplicando entrevistas a los artesanos y haciendo visitas para conocer a través de la observación los procesos artesanales que involucran la elaboración del textil; De esta manera se identificaron los procesos que utilizan los artesanos cuando elaboran las piezas artesanales, por ejemplo, los artesano Bii Daiüü continúan moliendo tintes como la grana cochinilla y el añil en metates, herramienta ancestral zapoteca, no solo por seguir la tradición, sino porque de esta manera se alcanza una molienda más fina y uniforme que permite todo el aprovechamiento del tinte; utilizan el agua de lluvia no solo por ecología, sino porque presenta un pH más balanceado que favorece la tinción con plantas naturales; hacen uso de plantas naturales que fortalecen la cualidad orgánica del textil, pero se preocupan por la sustentabilidad las mismas mediante el cultivo de ellas. Es decir, la calidad que presenta el textil artesanal es realmente elevada por todas las consideraciones que se otorgan en el proceso, los cuales requieren ante todo lapsos de tiempo muy largos. Por lo que, al adquirir un producto artesanal de este tipo, así como muchos otros elaborados en el estado, en cierta manera no solo se apoya al artesano pues los beneficios que el consumidor adquiere son muy elevados, sin embargo pocas veces se percata de ello. El conocimiento otorgado en las investigaciones de campo y documental, fueron el preámbulo para comenzar el desarrollo del nuevo producto con los artesanos Bii Daiüü, sin este conocimiento el diseñador puede carecer de sensibilidad y tacto para compartir y exponer a los artesanos los conocimientos de su rama.

LÓPEZ. J. (2008) COLOMBIA, desarrolló la investigación denominada “Estudio de Competitividad del Sector Tejidos Artesanales de Nobsa - Colombia”. Tesis sustentada para obtener el título profesional en Marketing

Artesanal en la Facultad de Administración en la Universidad Nacional de Colombia.

Este trabajo tuvo como objetivo general: “Realizar un estudio de competitividad del sector tejidos de Nobsa, a fin de determinar la viabilidad para participar en mercados internacionales”.

Del análisis realizado en busca de encontrar los factores que hacen o no competitivos al sector de tejidos elaborados en lana por los artesanos del municipio de Nobsa concluimos:

La competitividad es importante para los artesanos porque según Michael Porter esta nace desde los empleados de las empresas y estas a su vez hacen a sus regiones más competitivas para crecer en el mercado, desarrollando su creatividad, sus actividades, sus potencialidades de manera eficaz con miras a lograr los objetivos propuestos.

La gran mayoría de los artesanos del municipio son microempresas que por naturaleza son familiares y tiene muy poca afinidad con conceptos empresariales como son el manejo de prácticas que le permitan estar en mejoramiento continuo.

El mercado de los tejidos artesanales del municipio, que aunque se ha convertido de algunos años en destino turístico artesanal de Boyacá no tiene el nivel de ventas esperado, en grandes cantidades y a diversidad de clientes.

La situación del sector en la actualidad no es la mejor, los artesanos compiten por no perder ventas, tan solo unos pocos se interesan por incrementar sus ventas en otros mercados y por crecer empresarialmente.

Básicamente lo que separa al sector artesanal de países como Uruguay, competitivamente es la falta de cadenas productivas que le permitan afianzarse en todas las etapas desde la crianza de las ovejas hasta la elaboración de sus diseños y su distribución. Acompañados este proceso por adecuados sistemas de información y publicidad. La diferenciación es la estrategia indicada para este sector, los artesanos saben de los requerimientos de sus clientes, saben que es importante crear nuevos diseños y exclusivos

que permitan alcanzar la ventaja competitiva que se busca con la implantación de esta estrategia.

A nivel nacional

MEDINA. J. (2012) PUNO desarrolló la investigación denominada “Análisis de los Factores Internos de la Oferta Exportable de Artesanía Textil para el Ingreso a los Mercados Internacionales, Región Puno - Período 2012”. Tesis sustentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Altiplano- Puno.

Teniendo como objetivo general “Analizar los factores internos de la oferta exportable de artesanía textil que influyen en el ingreso a los mercados internacionales, Región Puno, Periodo 2012”. Siendo esta una investigación de tipo descriptiva y correlacional y tuvo un diseño no experimental. En lo que respecta la población, se tomó como referencia a las Empresas Exportadoras de Artesanía Textil de acuerdo al informativo que emitió la Dircetur Puno – y el Centro de Información Regional Puno – Promperu, siendo éstas un total de 30 empresas ubicadas en toda la Región Puno; por otro lado la determinación de la muestra se realizó a través de un muestreo no probabilístico – muestreo intencional, determinándose que la muestra debería ser el 25% de la Población, es decir 08 empresas, y la elección de estas empresas se hizo de manera aleatoria, obteniéndose como resultado a 06 empresas ubicadas en la ciudad de Puno, y 02 empresas ubicadas en la ciudad de San Roman – Juliaca.

En la recolección de datos se utilizó las técnicas de encuestas, análisis documental, internet y análisis de datos; así mismo fue propicio el apoyo de programas computarizados que fortalecieron la sistematización y estructuración de la información, consolidándose la esencia de la investigación referente a la oferta exportable, lo cual se obtuvo las siguientes conclusiones: Con referencia al primer objetivo específico N° 01, el cual consistió en identificar los factores internos de la oferta exportable de artesanía textil que permiten el ingreso a los principales mercados internacionales, su cumplimiento se pudo lograr a través de la aplicación del

marco teórico expuesto en el trabajo de investigación; se realizó una comparación de todos los factores internos de la oferta exportable propuestos por los fuentes bibliográficas citadas. De dicha comparación se identificó los Factores, siendo los siguientes: Capacidad Física – Productiva, Capacidad Económica – Financiera, Capacidad Humana – de Gestión, y la Capacidad de Comercialización; para una mejor comprensión de los factores mencionados, se procedió a identificar sus indicadores, siendo en total 16: 1.1.- Proceso Productivo, 1.2.- Maquinaria y equipos, 1.3.- Demanda, 1.4.- Producto, 2.1.- Capital de trabajo, 2.2.- Costos, 2.3.- Financiamiento, 2.4.- Precio, 3.1.- Recursos humanos, 3.2.- Gestión, 3.3.- Información, 3.4.- Cultura exportadora, 4.1.- Exportación, 4.2.- Mercado, 4.3.- Competencia, y 4.4.- Promoción.

Respecto al objetivo específico N° 02, su cumplimiento implicó el cumplimiento del primer objetivo, pues con la identificación de las factores internos de la oferta exportable, se procedió a su aplicación en las empresas de artesanía textil de la región, que en determinación de la Muestra fueron un total de 08 empresas de 30 en total (Población); se siguió la secuencia de los factores hallados por medio del marco teórico, realizándose una encuesta conforme a cada indicador mencionado en el punto anterior. Es así que los resultados que se obtuvieron de la encuesta muestran un nivel de cumplimiento promedio del 52.7% en total, muy bajo si se quiere competir e ingresar fácilmente al mercado internacional. La empresa que cumplió el mayor porcentaje es Inversiones Textil Artesanal con 62.5%, seguido de Manuela Ramos con 59.7 %, y las empresas que más bajo nivel de cumplimiento obtuvieron son: Dalpacas Perú con 47.3% y Alpama Promociones con 45.9%; los resultados reflejan el cumplimiento a medias de los factores internos de la oferta exportable que dificultará el ingreso al mercado internacional.

Referente al nivel de exportaciones se pueden verificar, a través de la sistematización de resultados por medio de la revisión de la página de la SUNAT que las empresas que más exportaron durante el periodo 2007 – 2012 son Manuela Ramos, Ruwaqmaki Pachamama y Alpaca Apallani que

en conjunto representaron solo el 7%, esto porque las exportaciones de las demás empresas no están registradas. En cuanto al destino de las exportaciones, ampliamente se verificó que Estados Unidos es el primer país de destino de la artesanía textil con un 40.9 %, seguido de otros países como Japón, Reino Unido, Alemania y Francia.

RIOS. A. (2012) LIMA. Desarrollo una investigación denominado “Análisis de su Potencial Industrial y Propuesta Estratégica para el Desarrollo de su Línea Textil en la Ciudad de Lima - 2012” tesis sustentada para obtener el grado de magister en desarrollo del potencial artesanal, en la facultad de Ciencias Sociales en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Determinar los actores relevantes del potencial industrial artesanal y los roles que deberán de asumir para la industrialización del sector.

En el plan de investigación tuvo el diseño de investigación descriptiva ya que se pretendió identificar y conocer las técnicas y estrategias de desarrollo en la línea textil asimismo se utilizó la técnica de investigación de análisis de documentos, encuestas, entrevistas y observación directa, en esta investigación tuvo como conclusiones que la investigación realizado se centra en el análisis estratégico del sector, definición de actores relevantes y roles asumidos en la actualidad; para posteriormente definir cuáles serían los actores y roles que deberían de prevalecer en un escenario futuro. Esto con la finalidad que la producción artesanal de textilera que sean la base de una oferta exportable sostenida, de calidad, y capaz de ser generadora de desarrollo económico al sector.

Cabe señalar que la principal limitación de este trabajo de investigación, es el no haber entrado al análisis de la demanda de productos textiles, puesto que consideramos que este tema por si sólo debería de ser objeto de otra investigación. Se concentrarnos en el lado de la oferta, dado que la consideramos crítica, debido a que si no se posee una real capacidad de producción (en términos de volumen, diseños, y calidad).

PERLACIOS. R. (2015) PUNO, desarrolló la investigación denominada “Análisis de la Producción de Artesanías en Tejidos a Punto en la Provincia de Melgar - 2014”. Tesis sustentada para obtener el título profesional de Ingeniero Economista en la Facultad de Ingeniería Económica en la Universidad Nacional del Altiplano.

Esta investigación tuvo como objetivo general “Analizar los factores productivos que influyen sobre la producción de artesanías en tejidos a punto en la provincia de Melgar – 2014”. El tipo de estudio que utilizó esta fue básicamente de carácter explicativo y de corte seccional. En cuanto a la población está constituida por 334 Artesanos o microempresarios textiles de la provincia de Melgar, en el presente estudio de investigación se tomó como muestra a una parte de los artesanos dedicados a la producción de tejidos a punto, los cuales se encuentran debidamente registrados en el padrón artesanal de la ONG CEPAS Puno siendo una muestra de 68 artesanos. Las técnicas que sean en esta investigación son: la encuesta, entrevista, observación directa y fuentes documentales, lo cual se obtuvo las siguientes conclusiones: La producción de artesanías en tejidos a punto en la provincia de Melgar es una actividad complementaria a las actividades tradicionales de la ganadería y la agricultura, entre los productos producidos destacan chompas, chalinas, gorros, chullos, chales, guantes, entre otros; de acuerdo al modelo econométrico planteado a un nivel de confianza del 95% ó 5% de significancia, se concluye que de los cinco factores productivos considerados en el modelo inicial como la materia prima (fibra de alpaca), mano de obra (esfuerzo del artesano), capital (plancha eléctrica, taller artesanal, agujas circulares, otros), capacitación (conocimientos en tejidos a punto) y experiencia productiva (en años), sólo dos de ellos resultan ser significativos la materia prima y la mano de obra. Según este modelo el 98.59% de la variación de la producción de chompas de alpaca talla médium, esta explicado por materia prima y mano de obra, y el 1.41% esta explicado por otros factores omitidos en el modelo; La producción de chompas depende positivamente de la variable materia prima, el cual es el factor que más influye en la producción. Un incremento del 10% en la materia prima

(fibra de alpaca), manteniendo constante la mano de obra (esfuerzo del artesano), provoca un incremento en la producción de chompas en 7.2%.

A nivel local

TEJEDO. C. (2014) CHACHAPOYAS, desarrolló la investigación denominada “Artesanía Textil como Estrategia Competitiva para el Desarrollo Turístico del Distrito de Magdalena Provincia de Chachapoyas - 2013”. Tesis sustentada para obtener el título profesional de Licenciado en Turismo y Administración en la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas y Administrativas y Contables en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

Esta investigación tuvo como objetivo general “Proponer una estrategia competitiva para la artesanía textil en su consolidación al desarrollo turístico del Distrito de Magdalena, Provincia de Chachapoyas, Departamento de Amazonas 2013”.

La investigación fue de tipo descriptiva ya que se pretendió identificar y conocer las características y técnicas que aplican los pobladores en la elaboración de los textiles artesanales del distrito de Magdalena que permita hacer de esta una estrategia competitiva para el desarrollo de la actividad turística del distrito de Magdalena, la técnica que se utilizó la siguiente investigación fueron análisis de documentos, encuestas, entrevistas y observación directa, en esta investigación tuvo como conclusiones: que la artesanía textil es una de las actividades más tradicionales practicadas en el Perú y por lo tanto en el distrito de Magdalena y se viene desarrollando de tal forma que genera ingresos económicos para las artesanas y sus familias además de que junto con el turismo es una actividad complementaria a la agricultura; los materiales que son utilizados para la elaboración, en la mayoría de sus tejidos, es el hilo de lana y para los teñidos utilizan productos naturales como el nogal, analizo, la cochinilla, entre otros; las técnicas que utilizan para la elaboración de la mayoría de sus productos es el telar de cintura, complementados con telas que son utilizadas como un forro interior

de algunas prendas, y el bordado, con la cual plasman flora, fauna e iconografía de la cultura Chachapoyas en diversos productos.

VILLAR. D. (2008) CHACHAPOYAS desarrolló la investigación denominada “Artesanía en el Desarrollo Turístico de los Distritos de: Chachapoyas, Huancas, la Jalca y Levanto de la Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas, Perú. 2007 -2012”. Tesis sustentada para obtener el título profesional de Licenciada en Turismo y Administración en la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

La presente investigación tuvo como objetivo general: “Lograr que la artesanía contribuya a la mejora de la calidad de vida de las comunidades de Chachapoyas, Huancas, la Jalca y Levanto”. Siendo una investigación de tipo descriptiva, utilizando los materiales artesanales de Chachapoyas, Huancas, la Jalca y Levanto, sirviendo de instrumento la encuesta y la entrevista. La investigación hizo uso del muestreo no probabilístico debido a que las poblaciones son pequeñas, en los que se entrevistó y encuestó a los prestadores de servicios turísticos y caseros, artesanos y comerciantes de artesanía. Logrando tener las siguientes conclusiones: La Artesanía de los Distritos Chachapoyas, Huancas y la Jalca tienen un gran potencial y recurso que necesita capacitación y fortalecimiento para mejorar la calidad de los productos artesanales. Mientras que levanto la artesanía no tiene mucha variedad y es incipiente. Necesita fortalecimiento. La mayoría de los alcaldes, docentes y directores de los centros educativos están entusiasmados en fomentar el desarrollo de la artesanía. Cuando se prepara el producto artesanía para ser ofrecido al turista es necesario evaluar primero la psicografía del turista al cual va dirigido. De ello dependerá el éxito de la oferta. La artesanía según Porter, tiene muchas debilidades y frente a ello el potencial creador de la mano del artesano, además de la materia prima; sin embargo estos factores no son determinantes para lograr ventajas competitivas, hace falta fortalecer el recurso humano (artesanos). Según el análisis FODA existen fortalezas, como la vocación artística y creadora del artesano, muchas debilidades como la mano de obra no calificada,

oportunidades de hacer negocio con productos artesanales, ecológicos y amenazas como la política tributaria y la competencia desleal.

LOZANO. J. (2009) CHACHAPOYAS desarrolló la investigación denominada “Impacto Socioeconómico de la Artesanía Textil en el Desarrollo del Distrito Inguilpata 2008”. Tesis sustentada para obtener el título profesional de Licenciado en Turismo y Administración en la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

La presente investigación tiene como objetivo general: “Evaluar el impacto socioeconómico de la actividad artesano textil desarrollado en el distrito de Inguilpata”. Teniendo como técnicas la encuesta y entrevista además de la observación directa. En esta investigación se concluye que la artesanía textil es una de las actividades más tradicionales del Distrito de Inguilpata, se ha desarrollado de tal manera que a veces permitía un ingreso mínimo para las artesanas, por lo que es una actividad, complementaria a las actividades agrícolas y ganadera, además cuando se realizaba la venta, no consideraba el costo real de la materia prima, mano de obra, ni mucho menos utilidad alguna. Además el proyecto artesanal “ manos laboriosa urdiendo el futuro de Inguilpata” ha dado importancia al papel que desempeña la mujer para el desarrollo de la familia y la sociedad, organizándolas de tal manera que permita el trabajo en equipo, con la finalidad de mejorar la producción artesanal en lo que se refiere a calidad, cantidad, variedad, originalidad en el diseño y la utilización de nuevas técnicas, logrando con ello la articulación a mercados regionales, nacionales e internacionales, siendo el incremento de los ingresos familiares de las artesanas el resultado esperado por el proyecto.

3.2.Bases teóricas

Teoría de la Producción

La teoría de la producción estudia la forma en que se pueden combinar los factores productivos de una forma eficiente para la obtención de productos o bienes. Estos productos pueden ser destinados al consumo final o utilizados en otro proceso productivo como insumos.

La Función de la Producción: La función de producción es la función que muestra la cantidad máxima de producto que se puede obtener a partir de las distintas combinaciones de factores productivos, con una tecnología dada. Por razones de simplificación, se considera que se produce un solo bien (o servicio) por una empresa y que para producirlo es necesaria una serie de elementos denominados factores de producción (también denominados insumos o inputs).

La Función de la Producción a Corto Plazo: En el corto plazo se considera constante la cantidad de un factor (normalmente el capital) y variable el otro (trabajo). De esta forma se obtiene la función de producción a corto plazo, dependiente de un solo factor. (Ramírez, 2011)

Teoría del Mercado

El mercado como uno de los principales elementos del sistema capitalista, en el que ocurren las diversas transacciones de compra y venta de bienes, servicios y factores productivos. Es ahí donde se manifiesta la oferta, la demanda y el precio de todo lo que se compra y se vende.

1. Área geográfica a la cual concurren vendedores y compradores de mercancías y servicios con el objeto de realizar transacciones de tipo comercial, de tal manera que el o los precios de las mercancías y servicios tienden a unificarse.
2. Grupo de personas más o menos organizado, en constante comunicación para realizar transacciones comerciales.
3. Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.

4. **Ámbito** dentro del cual las relaciones de oferta y demanda concurren para la formación de un precio.
5. Lugar donde se genera y difunde información acerca de los precios de los bienes y servicios para que se puedan efectuar las transacciones.
6. Conjunto impersonal de presiones que relacionan la oferta y la demanda para la fijación de los precios de los bienes y servicios. Las presiones entre oferentes y demandantes es de naturaleza mercantil, se refieren al intercambio. (Ramírez, 2011)

Teoría de la Oferta

La teoría de la oferta es la que examina las causas o motivaciones para que los empresarios ofrezcan determinada cantidad de mercancías y servicios a un precio determinado y en cierto momento.

❖ Determinantes de la Oferta

- **Costos de Producción:** Es uno de los principales determinantes de la oferta, los cuales están conformados por: costo de los factores de producción, utilización de nuevas materias primas, sistema impositivo, etcétera.
- **Tecnología:** Los capitalistas se ven obligados a introducir nuevos métodos que les permitan aumentar la producción y la productividad, con lo cual los nuevos procesos tecnológicos provocan cambios en la magnitud de la oferta; la tecnología incluso permite reducir los costos de producción.
- **Condiciones Climáticas:** Este factor se refiere fundamentalmente a la producción agropecuaria, que es afectada por sequías, heladas y otros factores climatológicos que inciden en la cantidad ofrecida.
- **Tiempo:** Los productores piensan que en una época determinada pueden vender más a mejores precios; así, aumentan su oferta y, por el contrario, la restringen cuando piensan que el margen de ganancias no es adecuado.

- Firmas del Sector: Si la oferta total o de mercado es la suma de ofertas individuales de cada empresa o firma, entonces, en la medida que haya más firmas, la cantidad ofrecida será mayor, y viceversa.
- Capacidad productiva de las firmas. El equipo, la planta y las técnicas de producción con que cuentan las firmas permiten un volumen de producción que no es fácil modificar a corto plazo, por lo cual la oferta permanece más o menos constante; pero Si las expectativas de ventas son buenas, entonces puede crecer la capacidad productiva, con lo que obviamente crece la oferta.
- Precios de bienes relacionados. Si los precios de los bienes complementarios disminuyen, los productores aumentan la oferta y la disminuyen si dichos precios aumentan. Cuando los precios de los bienes sustitutos aumentan, también aumenta la demanda; si los precios de estos bienes disminuyen, entonces la demanda baja.
- Capacidad adquisitiva de los consumidores. Cuando la capacidad adquisitiva de los consumidores es alta, los oferentes aumentan su oferta; si disminuye, la cantidad ofrecida también tiende a disminuir.
(Ramírez, 2011)

Teoría de la Demanda

Se conoce como teoría de la demanda o teoría del consumidor, que examina las diversas cantidades que los consumidores están dispuestos a adquirir a diferentes precios, tanto de mercancías como de servicios en un momento determinado.

❖ Determinantes de la Demanda

- Gustos y preferencias de los consumidores. Ésta es una de las principales motivaciones para efectuar las compras: en efecto, si la gente prefiere más un artículo que otro. La demanda de dicho artículo incrementara, y disminuirá en caso de que no sea preferido por el público. Los gustos y preferencias dependen de muchos factores, entre los cuales destacan: costumbres, religión y, en general, la cultura de la sociedad en un momento determinado.

- Precio del bien. Éste es un elemento que condiciona tanto la demanda individual como la del mercado, y es quizá uno de los determinantes básicos, porque no sólo interesa que uno prefiera o le guste un artículo, sino que pueda comprarlo, que su precio sea accesible, de acuerdo con el presupuesto de que se disponga.
- Ingresos de los consumidores. Determinan el presupuesto que se destina a la adquisición de determinados artículos. Permaneciendo los demás factores fijos, a mayor ingreso mayor demanda y viceversa.
- Precios de otros bienes. Los consumidores se fijan no sólo en el precio del bien que quieren adquirir, sino en muchos otros que también desearían obtener. Además, si los precios de la mercancía que se piensa adquirir se modifican, el consumidor puede demandar bienes sustitutos; por ejemplo, si la mantequilla eleva su precio, aumentará la demanda de margarina. El consumidor también debe analizar los precios de los bienes complementarios: si compra un coche, debe pensar en el precio de la gasolina y como ésta eleva su precio, es por ejemplo que se prefiera un automóvil de cuatro cilindros en lugar de uno de ocho debido a que el consumo de gasolina es menor.
- Expectativas. Los consumidores analizan el comportamiento del mercado en el corto plazo, de tal suerte que si saben que el precio de algunas mercancías va a aumentar, incrementan su demanda antes de que los precios cambien; si saben que habrá ofertas, esperan para adquirir los bienes a menores precios.
- Publicidad. Para que un producto tenga demanda es necesario que el consumidor lo conozca, que esté informado respecto a él, lo cual se logra por la publicidad informativa. En la actualidad los anuncios en televisión, radio, periódicos y revistas inducen a los consumidores a incrementar su demanda.
- Sentimientos de benevolencia. "Kenneth E. Boulding recién enfatizó la importancia del sentimiento de benevolencia (buena voluntad) hacia el vendedor, sin el cual el intercambio no sería tan considerable y ni siquiera existiría en muchos casos. Nadie quiere comerciar con

un odiado enemigo, a menos que se pueda obtener una clara ventaja. La gente preferirá no comprarle a una persona o empresa a la cual detesta.

- Irracionalidad. Muchas veces los consumidores demandan productos que no desean o que en apariencia no le son útiles. Esto se puede deber a un impulso repentino, a la satisfacción de un capricho; esta conducta del consumidor se sale del supuesto de racionalidad, y ocurre muchas veces. (Ramírez, 2011)

3.3. Definición de términos básicos

Artesanía: Entiéndase por artesanía a la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción. (Ley del Artesano N°29073,2010).

Artesano: Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad productiva de la que deriva principalmente su sustento en la que aplica un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción vinculado a su contexto cultural, geográfico y social. (Wingate, 1973)

Los géneros textiles

El uso de los materiales textiles se remonta desde civilizaciones muy antiguas; el descubrimiento de fibras naturales brindó la oportunidad de satisfacer una de las necesidades prioritarias del hombre: la vestimenta. Con

el paso del tiempo el ser humano fue ampliando el uso de las diferentes fibras naturales que tenía a su alcance, así como la manera de poseerlas; en un inicio el proceso de obtención y transformación fue artesanal. Posteriormente el avance tecnológico, marcado por el advenimiento de las máquinas de hilar (1769 - 1985), cambio el rumbo de los textiles. La industria textil cobro auge y desarrollo. En la época actual el crecimiento de la industria textil ha tenido una importancia notable, siendo una de las más importantes en cuanto al capital involucrado y el número de gentes que emplea. La importancia de esta industria afecta en buena parte nuestra forma de vida, ya que nos encontramos sus productos en nuestra vestimenta, en artículos para el hogar, para la oficina, para el auto, la medicina; los textiles están en todas partes. (Wingate, 1973)

Los textiles, en su proceso de transformación, inician con la obtención de fibras. Entendiendo por fibras aquellos filamentos que componen los tejidos orgánicos vegetales, animales, minerales y los derivados de origen artificial. Deben poseer una longitud uniforme, finura, flexibilidad, resistencia, madurez y elasticidad. Las fibras naturales, regeneradas o sintéticas pasan hacer hiladas. El hilado es el conjunto de operaciones que tiene como objetivo convertir una masa de fibras sueltas heterogéneas, revueltas y de diversas longitudes en un cilindro homogéneo, de diámetro lo más constante posible y de longitud indefinida, al cual se le imparte torsión y que se conoce con el nombre de hilo. Obtenido el hilo, se procede al tejido que es el resultado del entrelazamiento ordenado de:

- Un hilo consigo mismo: tejido de punto
- Dos o más series de hilos: tejidos de calada o plano

El producto resultante del tejido es lo que denominamos: tela. Las telas pueden elaborarse de fibras o hilos de ocho formas distintas:

1. Tejido pie y trama: consiste en entrelazar dos grupos de hilo que se encuentran colocados en ángulo recto. En donde la urdimbre es el hilo que se encuentra en sentido longitudinal de la tela tejida. Y la trama es el

hilo que corre a lo ancho de la tela. Los hilos de la trama van colocados sobre y debajo de los hilos de urdimbre.

2. Tejido de punto: es la construcción de una tela elástica, porosa, por medio de agujas. A semejanza de una cadena.
3. Crochet: tejido que se hace únicamente con un gancho o aguja. Por lo que se emplea un solo hilo individual.
4. Afieltrado: es el grupo de empalmar varias fibras a través del calor, vapor o presión para formar una tela.
5. Anulado: se forma una tela abierta al ir anudando los hilos juntos donde se cruzan unos con otros.
6. Trenzado: es el entrelazamiento de tres o más hilos para formar una tela plana o tubular.
7. Ligado o apelmazado: las fibras se prensan para formar hojas delgadas que se mantienen juntas por adhesivos o plásticos. Se les conoce también como telas Non Woven (no tejidas).
8. Laminado: es la unión de dos o más capas de material mediante calor.

Las telas o “géneros” se conocen como “géneros textiles” cuando están hechas con fibras textiles por cualquiera de los métodos antes mencionados (Turok, 1998)

Las telas requieren la gran mayoría de las veces de ciertos acabados para brindarles resistencia, color, estabilidad dimensional y estampado, entre otros. Posteriormente, el producto definitivo tiene una gran variedad de aplicaciones: en la confección de ropa, en la tapicería, en la decoración, en el sector automotriz.

Uno de los procesos indispensables casi en cualquier tela, es el diseño o motivo que ha de llevar para hacerla la más atractiva y vistosa ante los ojos del usuario. Los motivos o diseños muchas veces están en función de la moda y otras veces en función del uso para el que está destinado el producto. (Turok, 1998)

Líneas textiles

Los artesanos con su capacidad creativa ven reflejados nuevos productos originales manifestando culturalmente sus líneas artesanales.

Textiles tejidos a telar horizontal y vertical

Textiles tejidos a palillos y ganchillos

Textiles tejidos a lanzaderas

Textiles tejidos a mano

Textiles bordados y labores con aguja

Textiles arpillería

Textiles tejidos de punto

Textiles trajes típicos y disfraces

Textiles tejidos en kallwa

Las artesanías textiles

Las artesanías establecen como tal a partir de que el hombre se vuelve sedentario. Se destacan en aparecer la alfarería y los textiles de fibras blandas, destacando el papel de la mujer como productora e innovadora. En México, las artesanías textiles han conservado la pureza de estilo y técnicas de las prendas originales usadas por nuestros antepasados más remotos, entre todas las artesanías, son las que se manifiestan con mayor diversidad en sus tejidos, decorados y teñidos, lo que contribuye a otorgarles un valor de primer orden entre los demás; por la riqueza del diseño, la elegancia de los estilos y la acertada combinación de los colores. Para elaborar los tejidos se hacía uso del telar de cintura como el telar de estacas y el telar de pedal, los dos primeros considerados como técnicas prehispánicas, dando pie a una extensa variedad de tejidos y motivos geométricos que muchas de las veces eran decoradas con bordados llenos de color. No cabe duda que la tradición artesanal textil en México posee rasgos muy particulares que se manifiestan hasta nuestros días

En inicio, la producción de objetos artesanales era solo para el consumo familiar con materiales y herramientas que se generaban en la propia unidad doméstica. En el ramo textil, correspondían a la mujer todos los pasos que debían darse en la manufactura de las telas utilizadas en la indumentaria de toda la familia; fajas, ceñidores, cintas, quechquemits y rebosos; y otras empleadas en el hogar como servilletas y manteles. Los hombres tejían en telar de pedal cobijas, sarapes y jorongos. Una vez que estaban satisfechas las necesidades de la unidad doméstica y de la comunidad a través del trueque, aparecería incipientemente la producción mercantil y de talleres. Esto conlleva a desarrollar nuevas formas, introducir diseños más complejos y experimentar nuevas técnicas. Los objetos generados adquieren la categoría de suntuarios y de lujo, cabe destacar que no por ello desaparecen los objetos utilitarios o de autoconsumo. El artesano busca producir más o ganar para obtener mayores ingresos y mejorar su economía familiar. Por ello introduce cambios en las materias primas, en el diseño, en la forma y en el uso original de las artesanías; lejos de desaparecer la actividad artesanal, estas adoptan las condiciones que le impone el mercado actual y a las necesidades que el artesano tiene y que pretende satisfacer con la comercialización de sus productos. (Turok, 1998)

Artesanía

Los productos de artesanía son objetos elaborados mediante procedimientos manuales que se aplican a diversos materiales, entre los que podemos citar la arcilla, la fibra, el vidrio, el metal, la piel, la piedra y la madera. Mediante una tecnología simple, se puede sacar más partido del trabajo a mano, destaca en estos productos artesanales la presencia de una estética indígena en relación tanto con el color como con los motivos y el diseño. En todo el mundo, la producción de la artesanía se realiza a menudo en las casas y está radicada en aldeas tradicionales. De hecho existen aldeas enteras que dedican todo su esfuerzo a una categoría de producto común, como la alfarería o la cerámica, la talla en madera o las alfombras tejidas a mano. (Escot, 2005)

Turismo

Etimológicamente la palabra turismo deriva del latín *tornus* y está relacionada con la idea de “dar vueltas (como un torno)”. Fue adoptada por el francés *tour* “vuelta paseo”, de este deriva el inglés *tour*, “viaje”, del cual derivan *tourism* y *tourist*, y de estos se tomaron turismo y turista que hace referencia respectivamente a la acción y las personas que viajan por distracción y placer. El sector turismo estará relacionado por consiguiente, con el conjunto de actividades que tienen por objeto satisfacer las necesidades del turista. (Escot, 2005)

Turismo

Según Hunziker y Krapf (1942), de la Universidad de Berma, a los que se puede considerar padres de la ciencia turística moderna: “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa”. (Hernández, 1998)

Demanda turística

Cuando las personas consumen bienes y servicios, lo hacen porque sienten el deseo de satisfacer una determinada carencia, una necesidad. Un turista cuando sale de viaje consume un bien llamado turismo, que es muy complejo y está formado por todos los bienes y servicios que consume durante el periodo de tiempo que esta fuera de su hogar. Precisamente los deseos de consumir lo mismo que tiene los individuos conforman la demanda turística. Llamamos demanda turística a la cantidad de turismo que las economías domésticas o turísticas desean adquirir o comprar para satisfacer su necesidad de hacer turismo a los distintos precios de este. Se refiere a la demanda turística como la cantidad de turismo que se desea adquirir a distintos precios. (Mendez, 2003)

Oferta turística

Mientras que la demanda de un bien refleja los deseos de los consumidores o compradores, la oferta expresa el comportamiento de los vendedores para que los consumidores puedan comprar bienes y servicios, alguien tiene que ofrecerlos y venderlos. En Economía el agente económico encargado de producir los bienes y los servicios son las empresas, que también reciben el nombre de productos y oferentes. En el sector turismo existe una asimetría en la definición del producto turístico por el lado de la demanda y la oferta. Por el lado de la demanda, el turismo es un bien muy complejo formado por todos los bienes y servicios que un turista consume cuando se desplaza fuera de su hogar, mientras que por el lado de la oferta el producto turístico es fácilmente identificable por el oferente. Cada vendedor sabe cuál es exactamente el producto que pone a la venta en el mercado. La oferta turística expresa las cantidades que los vendedores de producto turístico están dispuestos a ofrecer a distintos precios. (Mendez, 2003)

Artesano

La persona natural que se dedica, por cuenta propia o de terceros, a la producción de bienes de artesanía (artesano productor), mediante el desarrollo de una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales a que se refiere el artículo 7° del presente Reglamento, pudiendo comercializar directamente o a través de terceros, sus productos. (Ley del artesano N°29073, 2010).

Artesanía

Conforme al artículo 5° de la Ley N° 29073 Ley del Artesano y de la Actividad Artesanal, es la “Actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y ésta continúe siendo el componente más importante del producto acabado,

Pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos del valor histórico,

cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción”. Los bienes producidos industrialmente no tiene la calidad de artesanía. (Ley del artesano N°29073, 2010).

Exposición artesanal

El evento en el cual se exhiben productos elaborados por los artesanos, con la finalidad de promover su calidad y difundir la identidad cultural representada en cada uno de sus productos. (Ley del artesano N°29073, 2010).

Feria artesanal

El evento de carácter comercial, en el cual se exhiben y promueven principalmente productos artesanales, con la finalidad de fomentar su comercialización. (Ley del artesano N°29073, 2010).

CAPITULO IV
MATERIAL Y MÉTODOS

IV. MATERIAL Y METODOS

4.1.Objeto de estudio

La artesanía para uso del desarrollo turístico

4.2.Variable de estudio

INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE
Artesanía Textil	Desarrollo turístico

4.3.Operacionalización de variables

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<p>Determinar la influencia económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo turístico en la ciudad de Chachapoyas, durante el año 2015.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los artesanos textiles de la ciudad de Chachapoyas • Realizar un diagnóstico del estado actual de artesanía textil en el desarrollo turístico en la ciudad de Chachapoyas. • Identificar la influencia 	<p>V. INDEPENDIENTE</p> <p>- Artesanía textil: son los procesos de artesanía o manufactura en los que se utilizan fibras de origen vegetal, animal o sintético para construir objetos prácticos o decorativos</p>	<p>La dimensión de la artesanía son las diferentes líneas artesanales textiles que se desarrollan en la ciudad de Chachapoyas:</p> <p>tejidos a telar (hilo y lana) cordelería de fibras vegetales, cerámica- alfarería, trabajos en madera y raíces, trabajos en piedra, trabajos (adornos) de</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Número de producción de objetos artesanales que se elaboran en la ciudad de Chachapoyas. ○ La calidad de los productos artesanales que se producen: los insumos, los acabados, la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Encuestas

	<p>económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar un Plan de Marketing para mejorar la actividad artesanal como herramienta para el desarrollo de la actividad turística. 		<p>material reciclado, confecciones de prendas de vestir, juguetería y calzado</p>		
		<p>V. DEPENDIENTE</p> <p>- Desarrollo turístico: Se define como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista.</p>	<p>El desarrollo turístico se mide a través del grado de participación de la comunidad y el flujo turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de turistas que adquieren productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas. Monto monetario por las ventas de los productos artesanales. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas Entrevistas

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Tipo de estudio

Descriptiva explicativa

4.5. Diseño de la Investigación

M \longrightarrow O

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

La presente investigación pretende responder al objetivo principal:

Determinar la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico en la ciudad de Chachapoyas, para el desarrollo de la presente investigación se visitará a los artesanos que elaboran los productos artesanales textiles, a las tiendas que expenden artesanía textil y las autoridades involucradas en la actividad, precisando la información a través de encuestas y entrevistas.

4.6. Población

La población de la investigación “Influencia de la Artesanía Textil en el Desarrollo Turístico de la Ciudad de Chachapoyas - 2015”, tiene tres poblaciones:

P1= artesanos

P2= tiendas artesanales

P3= turistas nacionales y extranjeros del mes de enero a marzo

De las siguientes poblaciones se obtiene las siguientes muestras:

M1= 6 artesanos inscritos en el registro del DIRCETUR – AMAZONAS.	FUENTE: DIRCETUR – AMAZONAS.
M2= 07 tiendas artesanales registradas en la DIRCETUR – AMAZONAS.	FUENTE: DIRCETUR – AMAZONAS.

4.7. Muestra

Para obtener la muestra de la P3 se ha realizado una proyección del total de arribo de turistas de los meses de enero, febrero y marzo del 2016 para obtener la población del mes de mayo.

ENERO	FEBRERO	MARZO	MAYO
3871	3332	3009	*2111

**POBLACION PROYECTADA AL MES DE MAYO DE 2016*

FUENTE: IPERU - AMAZONAS

Luego se realizó la siguiente fórmula del Muestreo Aleatorio Simple para poblaciones finitas:

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Dónde:

n°	=	Tamaño de la muestra
N	=	(población)
E	=	Nivel de error: 0.1
Z	=	Nivel de confianza 1.96
p	=	Probabilidad de acierto: 0.7
q	=	Probabilidad de error: 0.3

$$n = \frac{2111(1.96)^2(0.7)(0.3)}{(0.10)^2(2110) + (1.96)^2(0.7)(0.3)}$$

$$n = \frac{1703.02}{21.90}$$

$$n = 77.7$$

$$n = 78$$

Por lo tanto nuestra muestra para la P3 será un total de 78 turistas nacionales y extranjeros que arriban la ciudad de Chachapoyas.

4.8.Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para determinar la influencia económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas se realizó un estudio de tipo descriptivo e inductivo.

Descriptivo: se utilizó este tipo descriptivo porque se realizó una recopilación de la información sobre el estado actual y se determinó la influencia económica y cultural de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

Inductivo: Este método se utilizó en la elaboración del marco teórico y la articulación del informe, uniendo información específica sobre la artesanía

textil de la Ciudad de Chachapoyas y el desarrollo del turismo que nos permita llegar a un todo que justifique la tesis.

Técnicas e instrumentos

En nuestra investigación se utilizó la técnica de la encuesta, teniendo como instrumento un cuestionario; en la que nos permitió obtener información de los artesanos, clientes y micro empresarios dedicados a la artesanía, este tipo de encuesta estuvo basado en los objetivos de la investigación estando destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones son de gran interés para lograr un análisis exhaustivo de la influencia de la artesanía textil en el turismo. Asimismo se empleó entrevistas que nos permitieron obtener un dialogo con personas conocedoras e involucradas en la actividad artesanal en esta técnica se elaboró un listado de preguntas abiertas lo cual se obtuvo a detalle sobre la influencia del arte textil y la actividad, sus principios directivos, versión clara y objetiva de las preguntas hacia los dueños de establecimientos artesanales, entre otros aspectos. Otra técnica que se utilizó fue la ficha de registro la cual nos permitió tener una información específica del número de artesanos de la ciudad de Chachapoyas.

Y por último se hizo uso de la técnica de la observación directa ya que es aquella que como investigadoras nos ha permitido tener contacto directo con la realidad artesanal y la influencia en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas.

4.9. Análisis de datos

Se analizó la información a través de herramientas estadísticas, usando en la computadora la Hoja de Cálculo Excel 2013 el cual nos permitió obtener datos estadísticos de los resultados de nuestra investigación.

Los cuadros matrices fueron elaborados de manera dependiente e independiente según el tipo de pregunta.

Los resultados se dieron a conocer en forma descriptiva e interpretativa con sus respectivos gráficos de pasteles según lo requiera la pregunta y el cuadro porcentual.

De los cuadros se obtuvo información que explica los objetivos específicos planteados de la investigación, lo que finalmente determinó la influencia económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo de la actividad turística tomando en cuenta a los clientes, los artesanos que elaboran la artesanía, las tiendas que expenden productos artesanales.

CAPITULO V
RESULTADOS

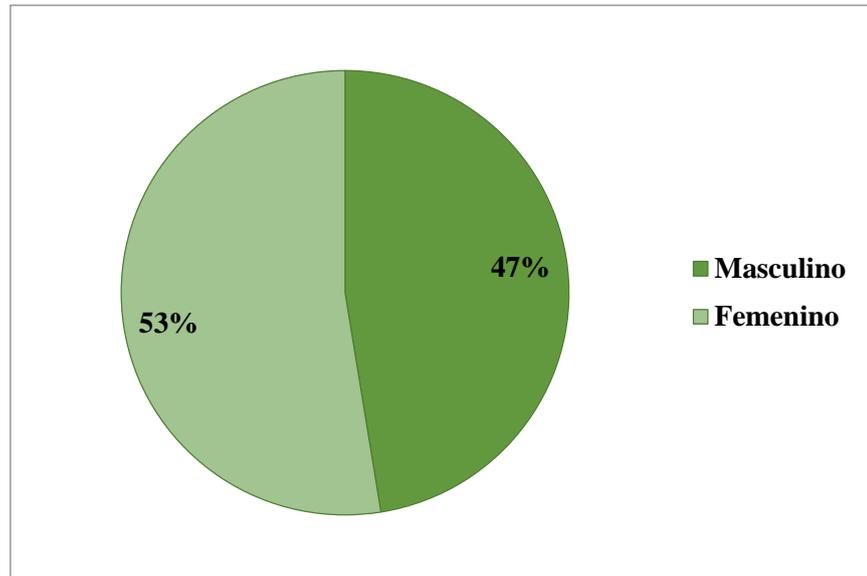
V. RESULTADOS

5.1. Resultados de la demanda

Para poder analizar la influencia económica y cultural de la artesanía textil en el desarrollo de la actividad turística en la Ciudad de Chachapoyas se ha acopiado información, considerando que la artesanía es un producto ligado al turismo que se desarrolla en el mercado, es así que para la investigación se realizó un estudio de la demanda del mercado artesanal de la Ciudad de Chachapoyas, recopilando información a través de una encuesta dirigida a los turistas, mediante la cual se logró cumplir con los objetivos propuestos en la presente investigación; esto se ve reflejado en los resultados de la investigación; determinando que la artesanía textil influye de manera positiva en el desarrollo de la actividad turística; siendo reconocida por los turistas que la adquieren, debido a que es elaborada con productos naturales de la Región, cabe mencionar que Amazonas está incrementando e implementando los servicios turísticos como el teleférico en la zona Arqueológica Monumental Kuelap; Sin embargo los productos artesanales textiles aun no cuentan con una marca que este posicionada en el mercado, lo cual le limita a ser comercializada.

5.1.1. Resultados de las encuestas dirigidas a los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas para medir la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas.

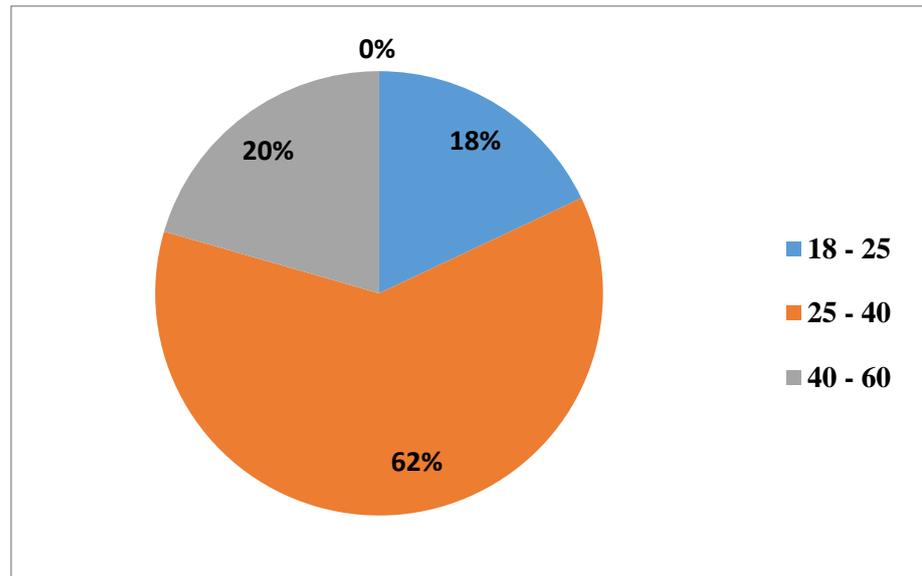
Grafico N° 1: Genero de los Turistas que visitaron la Ciudad de Chachapoyas en el año 2015.



Fuente: Elaboración propia

De la encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas se puede apreciar que en un 53 %, siendo más de la mitad de género femenino y que en un 47 % haciendo un total del 100% son de género masculino.

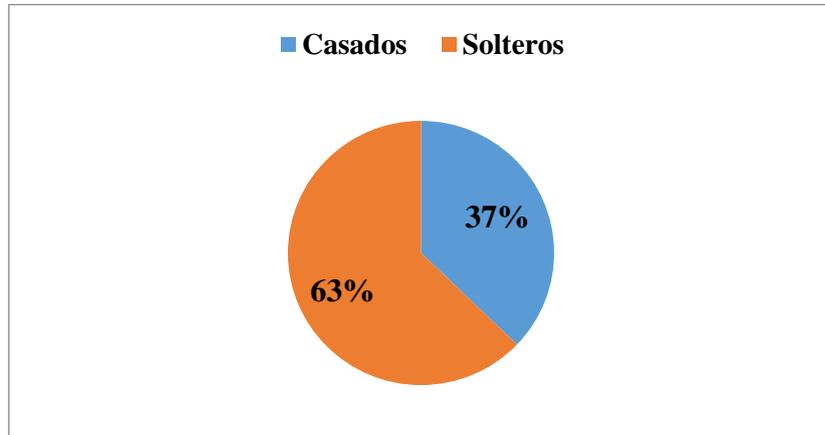
Grafico N° 2: Edad de los Turistas que visitaron la Ciudad de Chachapoyas en el año 2015.



Fuente: Elaboración propia

Las edades en promedio que visitan la ciudad de Chachapoyas se obtiene en un 62% son de 25 hasta los 40 años, indicándonos que en esta etapa es donde se realiza con mayor fuerza los desplazamientos de los turistas, en un 20% nos visitan las personas de las edades de 40 hasta las 60 años y en un menor porcentaje nos visitan los jóvenes de las edades desde los 18 hasta los 25 años de edad.

Grafico N° 3: Estado civil de los Turistas que visitaron la Ciudad de Chachapoyas en el año 2015.



Fuente: Elaboración propia

De los turistas encuestados que visitaron la ciudad de Chachapoyas se puede concluir que en un mayor número de 63% son solteros y solteras los cuales vienen en grupos de amigos por hacer turismo natural y/o cultural y en un 37% de los turistas que arriban la ciudad de Chachapoyas son casados.

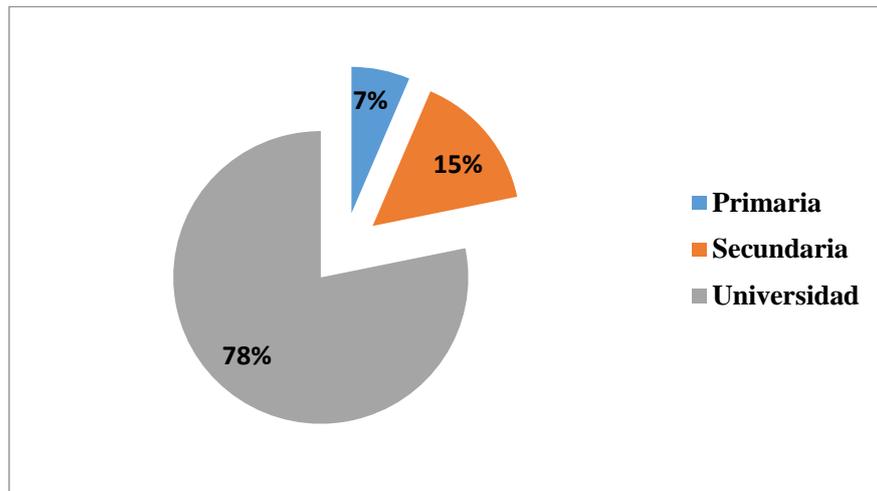
Grafico N° 4: Nacionalidad de los Turistas que visitaron la Ciudad de Chachapoyas en el año 2015



Fuente: Elaboración propia

De los datos obtenidos al realizar la encuesta para medir la influencia de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas en el desarrollo turístico nos indican que en su mayoría en un 77% nos visitan turistas nacionales y en 23% son turistas de diferentes nacionalidades.

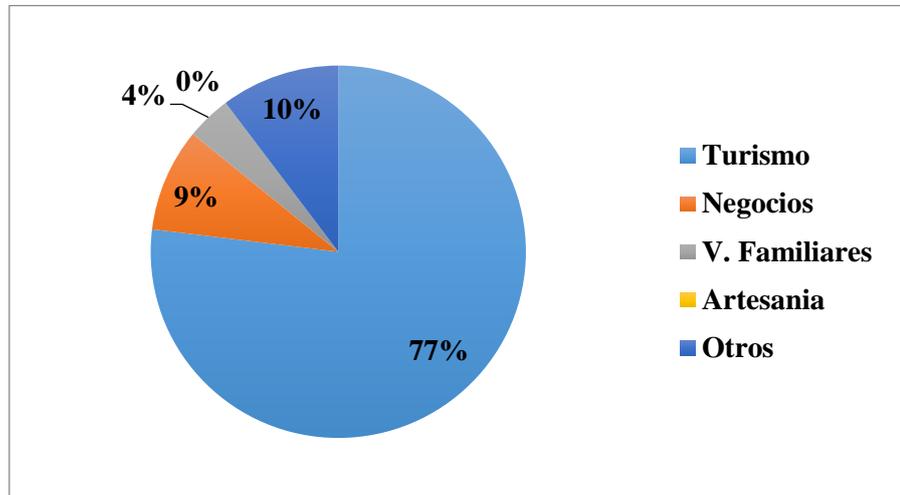
Grafico N° 5: Grado de instrucción de los Turistas que visitaron la Ciudad de Chachapoyas en el año 2015.



Fuente: Elaboración propia

De los datos obtenidos por los turistas nacionales que visitan la ciudad de Chachapoyas que en 78% son de personas que tienen una Carrera Profesional, en un 15% son personas que tienen un nivel de Educación secundaria y solo en un 7% son personas que solo han cursado el nivel Primario. Dándonos a entender que en su mayoría tienen buen sustento económico y probablemente están de vacaciones y han decidido visitar el destino turístico de Amazonas.

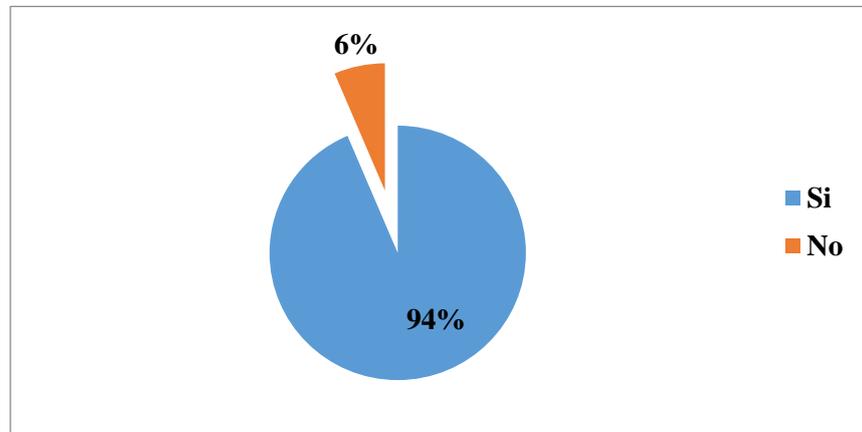
Grafico N°6: ¿Cuál es su principal motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

Del total de turistas que se encuestaron para medir la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas que en su gran mayoría nos visitan por motivos de turismo obteniéndose un 77% quienes indican que viajan a conocer los diferentes atractivos turísticos de la Región Amazonas, en un 10% mencionan que se encontraron en la ciudad de Chachapoyas por otros motivos, en un 9% manifiestan que los que los ha traído a la ciudad son por negocios, en un 4% indican que les ha motivado la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

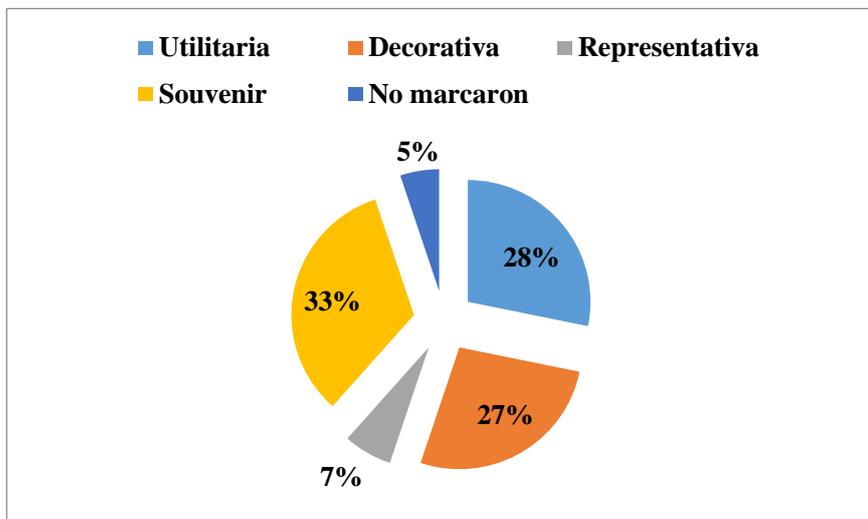
Grafico N°7: ¿Ha adquirido Ud. artesanía de la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

Al analizar los datos obtenidos por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas y preguntarles si han adquirido artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas nos mencionaron un 94% que si han adquirido artesanía textil como grato recuerdo de visitar la ciudad de Chachapoyas y en un menor cantidad de 6% nos indicaron que no han adquirido artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas, dejándonos claro de los entre ver que aquellos que no han comprado artesanía de ningún tipo es porque han realizado un viaje de negocios u otros motivos de viaje.

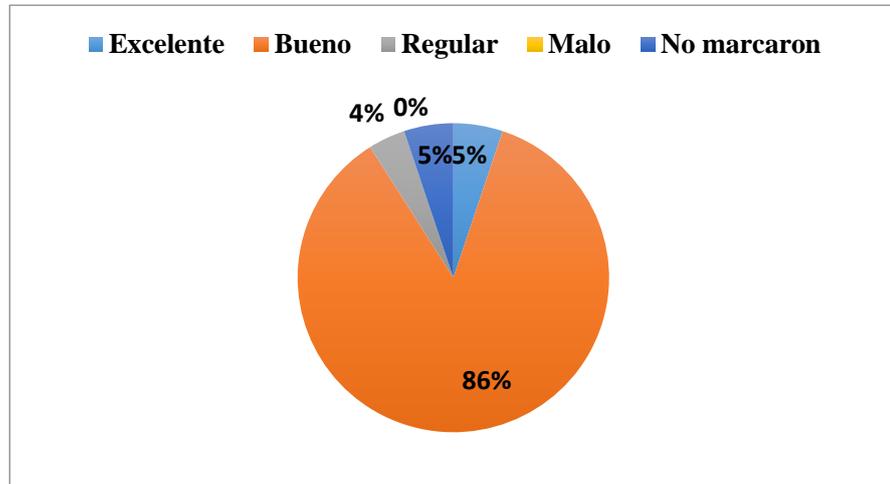
Grafico N° 8: ¿Qué tipo de artesanía textil ha adquirido usted?



Fuente: Elaboración propia

El tipo de artesanía textil que han adquirido los visitantes a la ciudad de Chachapoyas son en su mayoría con un 33% prefiere artesanía de souvenir ya que las personas que visitan la ciudad de Chachapoyas adquieren este tipo de artesanía como un grato recuerdo de su visita, un 28% de las personas adquieren artesanía de tipo utilitaria dándonos a entender que han sido adquiridos por los turistas relativamente jóvenes quienes prefieren los bolsos, morrales, carteras, entre otros, seguidamente se encuentra la artesanía textil decorativa la cual nos indica los que la adquirieron prefieren estos pequeños recuerdos que decoran los espacios vacíos del hogar, en un 7% prefieren artesanía representativa y en un 5% de los turistas que se encuestaron no mencionaron ninguno de estos tipo de artesanía textil.

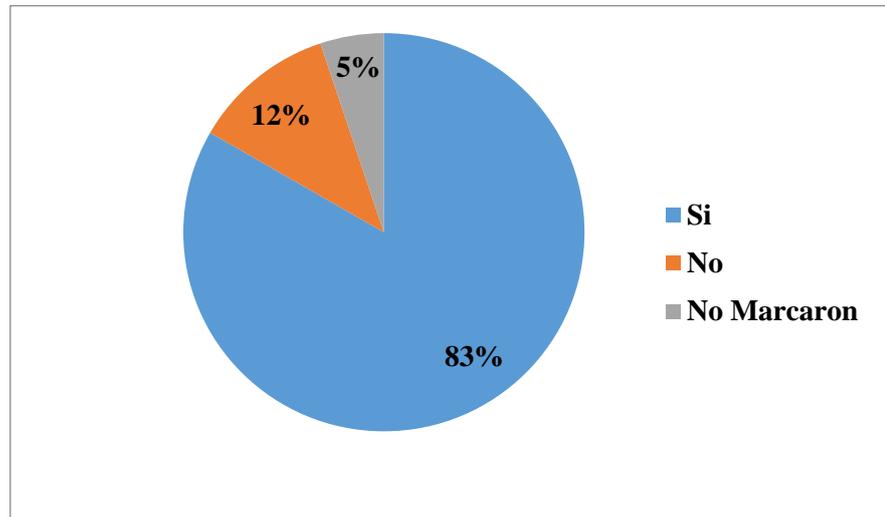
Grafico N° 9: ¿Cómo lo califica Ud. a la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la calificación de la calidad del arte textil, los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas mencionaron que en un 86% es de buena calidad dándonos a entender que la prefieren frente a otras artesanías textiles, en un 5% mencionaron que excelente y el mismo porcentaje no marco la respuesta debido a que no ha adquirido ningún tipo de artesanía textil y un 4% menciona que es de regular calidad, por lo que cabe mencionar que ningún comprador de artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas está en disconformidad con sus productos textiles.

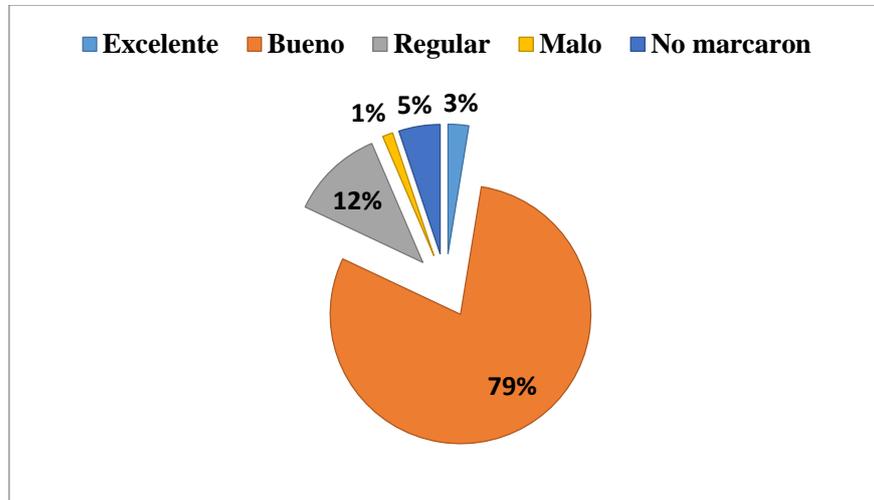
Grafico N° 10: ¿Ha logrado llegar con facilidad a las tiendas artesanales textiles?



Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir que de los turistas encuestados en referencia a la pregunta que si ha llegado con facilidad a las tiendas artesanales textiles en un 83% indicaron que si ha podido llegar, en un 12% menciono que ha tenido dificultades para la ubicación de las tiendas y en 5% no marcaron porque fueron aquellos que no obtuvieron objetos artesanales textiles durante su estadía en la ciudad de Chachapoyas.

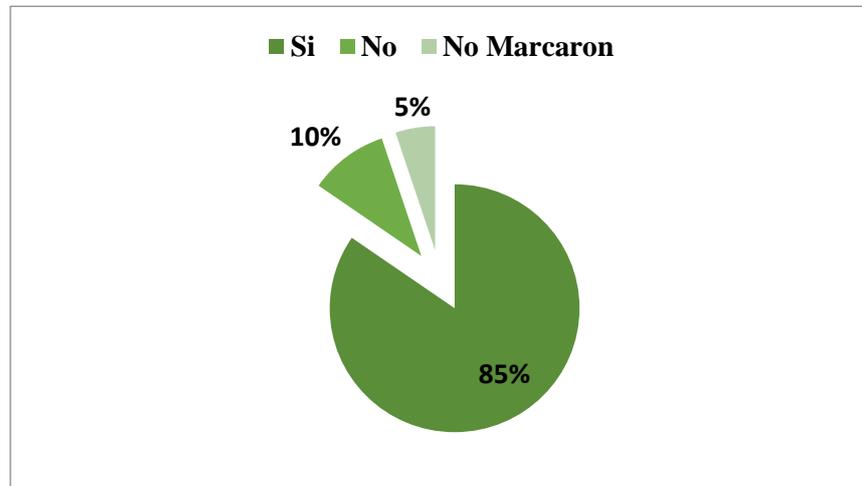
Grafico N° 11 ¿Cómo califica Ud. la atención que recibió al momento de adquirir el producto artesanal textil?



Fuente: Elaboración propia

De los datos obtenidos de la encuesta dirigida a los turistas que arriban a la ciudad de Chachapoyas, calificaron en 79% que los han atendido bien, en un 12% calificaron a una regular atención, un 5% no indico ninguna calificación, en un 3% menciono que la atención que recibieron fue excelente y en su minoría con un 1% mencionó que fue mala la atención. El cual nos indica que referente a la atención al cliente nos arrojan cifras considerables, pero que sin embargo se debe trabajar más en cuanto a atención al público.

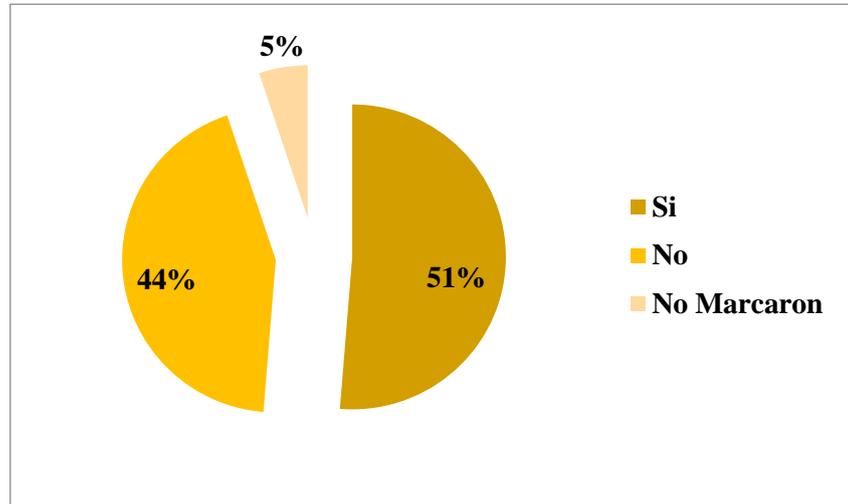
Grafico N° 12: ¿Cree Ud. que el precio está acorde con la calidad del producto artesanal textil?



Fuente: Elaboración propia

Referente a la pregunta si el precio está acorde con la calidad, los turistas encuestados nos mencionan que en un 85% si está de acuerdo a pagar el precio requerido puesto que nos mencionaron que la calidad es muy buena y muy distinta a las artesanías textiles del Sur de País, en un 10% mencionaron que es un precio elevado y en 5% no indicaron nada, porque no han adquirido ningún tipo de productos artesanales textiles provenientes de la ciudad de Chachapoyas.

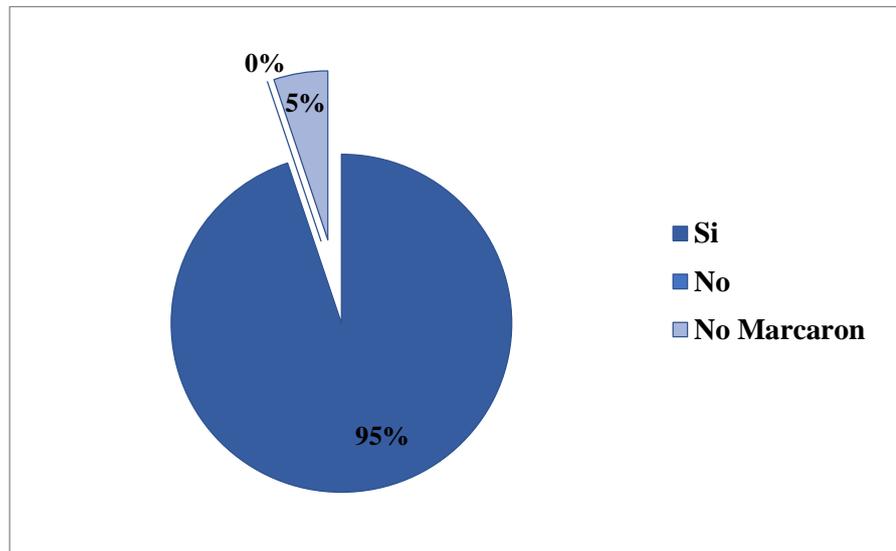
Grafico N° 13: ¿Identifica Ud. la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

El 51% de los turistas al contestar si identificarían la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas mencionan que si la identifican porque el tejido es más consistente y mejor acabado, en un 44% indicaron que no les es reconocible la artesanía textil de Chachapoyas y en un 5% no menciono nada debido a que no a adquirido ningún tipo de artesanía textil.

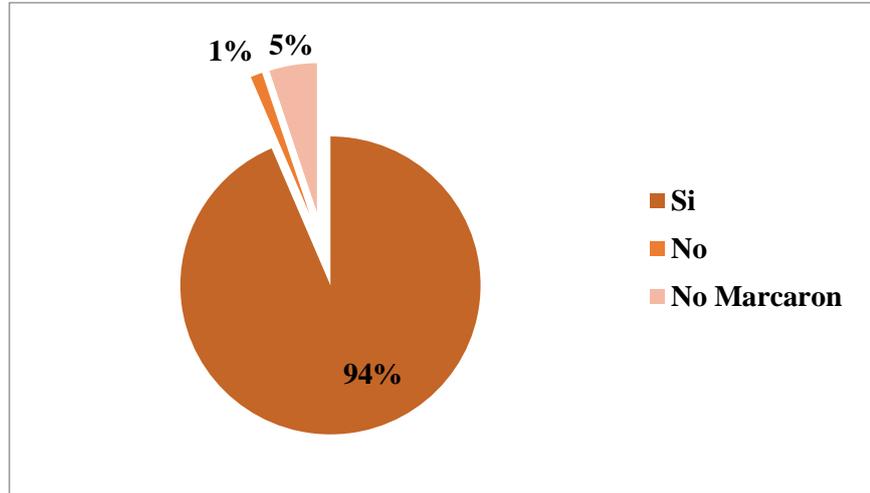
Grafico N° 14: ¿Volvería Ud. a adquirir un producto artesanal textil de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

Al analizar los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas para medir la influencia de la artesanía textil en el desarrollo de la actividad turística apreciamos que en 95% prefieren la artesanía es por eso que volverían a adquirirla y en 5% no indico ningún tipo de respuesta por motivos de no haber adquirido objetos artesanales textiles provenientes de la ciudad de Chachapoyas.

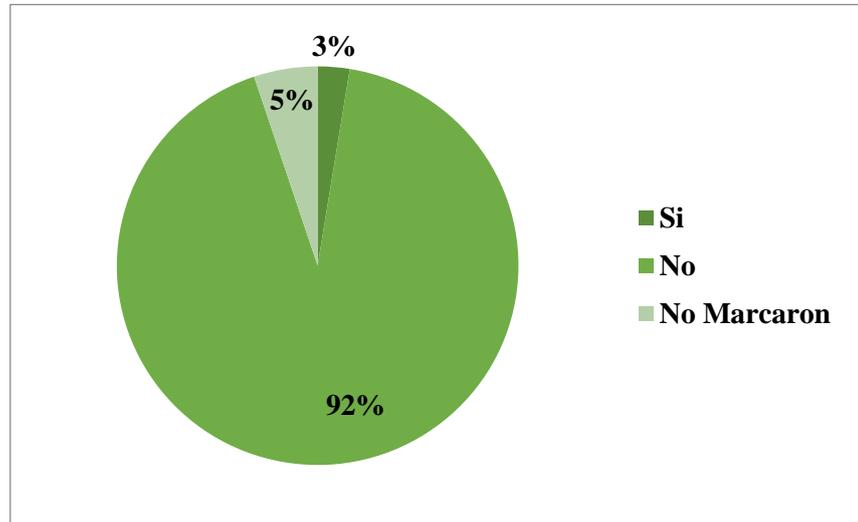
Grafico N° 15: ¿Recomendaría Ud. la compra de productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo cabe mencionar que en cuanto a recomendación por parte de los turistas que adquirieron artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas es favorable ya que en un 94% les es de mucho valor y de seguro que volverían a adquirirla y recomendarla, en un 5% no indicaron nada y en 1% menciono que no la recomendaría puesto que el producto que le vendieron no le fue útil y lo adquirió con fallas de costura.

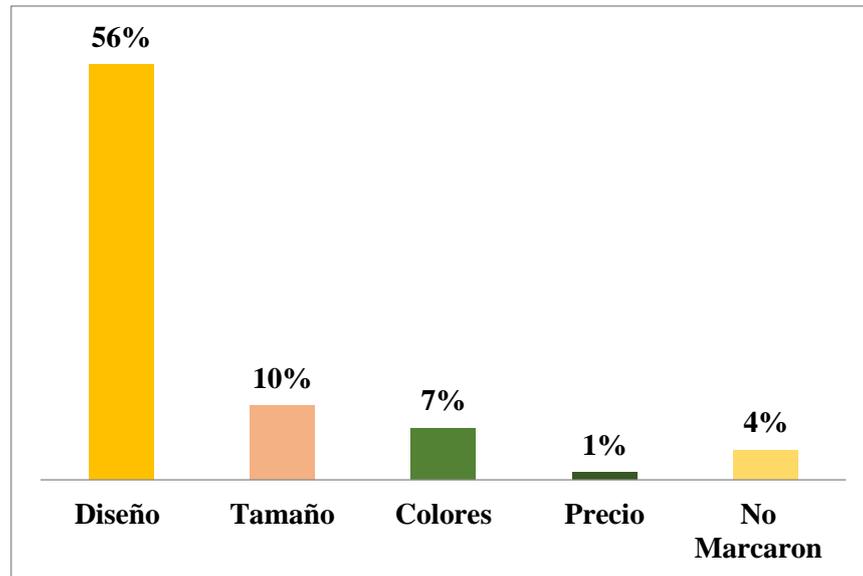
Grafico N° 16: ¿Cree Ud. que la artesanía textil genera motivos de visita a la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

En un 92% de los turistas mencionan que la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas no genera motivos de visita, si ellos han decidido visitar Amazonas es porque han sido motivados por los iconos representativos de la Región, pero que no se han querido ir sin obtener un recordatorio de la ciudad de Chachapoyas y es por eso que en su mayoría no solo han obtenido artesanía textil, sino también en diferentes líneas artesanales, en un 5% no marcaron y en un 3% mencionaron que sí, porque les parece que un poco más de promoción la artesanía de Chachapoyas puede llegar a consolidarse como un atractivo más, específicamente han venido por observar las diferencias y similitudes entre otras artesanías de otros lugares.

Grafico N° 17: ¿En qué cree Ud. que debería de mejorar la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?



Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos de la encuesta, se puede concluir que en un 72% la artesanía textil de Chachapoyas sería mucho más atractiva si mejoraría en cuanto a variedad de diseño, ya que es necesario estar en constante innovación en cuanto a los modelos de sus diseños, indicaron también que en algunos diseños sea estandarizado, en un 13% menciono que se debe mejorar en tamaño, puesto que algunos diseños solo existen en un solo tamaño, con 9% indicaron que en colores debe variar ya que se debería de hacer productos artesanales textiles del mismo modelo pero que de diferentes colores(mayormente en los productos artesanales textiles utilitarios), en un 5% no indicaron nada y en 1% menciono que no está de acuerdo con los precios, los cuales menciona que estos deben variar.

5.2.Resultados de la oferta

5.2.1. Resultados de las entrevistas realizadas a establecimientos que expenden artesanía en la ciudad de Chachapoyas

Para la siguiente investigación se ha considerado la realización de entrevistas a las tiendas artesanales registradas en la oficina de información al turista de la ciudad de Chachapoyas con la finalidad de obtener información sobre sus opiniones de los propietarios, acerca del impacto que genera el arte textil en la actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Chachapoyas, teniendo en cuenta que es el centro de soporte de la Región, obteniendo como resultado que los propietarios de las tiendas artesanales no hacen ningún tipo de promoción ni marketing de sus productos indicando que son vendidos por la calidad de los mismos, ya que son elaborados con productos ecológicos. Con respecto a los artesanos se obtuvo que ellos elaboran productos manualmente, utilizando colores, diseños y materiales que identifican a la Cultura Chachapoyas.

Cuadro matriz de la encuesta dirigida a los propietarios de las tiendas artesanales textiles.

PROPIETARIOS	¿HACE CUANTO TIEMPO TIENE USTED SU NEGOCIO?	¿PARA PONER SU NEGOCIO USTED HA REALIZADO ALGUN TIPO DE ESTUDIO DE MERCADO?	¿Qué OPINA DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS?	¿Cuáles SON LOS PRODUCTOS QUE MAS SE VENDEN?	¿Qué PROPONDRIA USTED PARA MEJORAR SU PRODUCTO ARTESANAL?	¿CREE USTED COMO PROPIETARIO QUE LOS PRECIOS DE SU PRODUCTO ESTA DE ACORDE CON LA CALIDAD DEL PRODUCTO?	¿LAS ENTIDADES PUBLICAS SE INVOLUCRAN EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL (CAPACITACIÓN, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN)?	¿Cuáles SON SUS ESTRATEGIAS DE PROMOCION PARA SU PRODUCTO ARTESANAL?	¿Quiénes SON SUS PROVEEDORES PARA ELABORAR LOS PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES?	¿CONSIDERA UD. QUE CON EL INCREMENTO DE TURISTAS SE INCREMENTARIA SUS VENTAS? ¿POR QUÉ?
"ARTESANIA Y TEXTILERIA RUSTICA" PROPIETARIO: ADITA BELDED LOPEZ RUSTICO	Hace 6 años	Propia iniciativa		Carteras, ponchos, llaveros.	Crear una marca.	SI	Si, pero no me parecen tan rentables.	Ninguna	Artesanos de Luya y la Jalca.	SI
"ARTESANIA KUYAC" PROPIETARIO: AMANDO VALLADOLIC CALDERON.	Hace 8 años	Ninguna.	Es rentable y me faroce como empresaria de artesanía textil.	Morrales, gorros y Chalinas.	Nada.	SI	Muy poco.	Ninguna.	Artesanos de Luya, y la artesanía del Sur.	Presupuesto.
"ARTESANIAS Y SOUVENIRS" PROPIETARIO: ARMANDO VALLADOLID CALDERON	3 años.	NO	Es rentable y me faroce como empresaria de artesanía textil.	Morrales, gorros y Chalinas.	Nada.	SI	Muy poco.	Ninguna.	Artesanos de Luya, también trae artesanía del Sur.	Presupuesto.
"ARTESANIA COLIBRÍ" PROPIETARIO: AMAXINDRO TORRES.	40 años	Solo, ningún tipo de estudio.	Que Chachapoyas tiene mucho potencial turístico.	Bolsos, Mochilas, Maletines, Gorros y Souvenirs.	Nada.	SI	No	Ninguna.	Limitado.	SI
"ARTESANIA CHACHA" PROPIETARIO: MAGNA VERGARAY DE GOMEZ	10 años.	Por favorecer a un artesano.	Es una actividad que nos favorece como empresarios artesanales.	Caminos de mesa, telar y bolsos.	Nada.	SI	NO	NO	Artesanos de la Jalca, Huancas y Levanto.	SI
"ARTESANIA LA IYAGUA" PROPIETARIO: VILCA ROMERO VALLE.	15 años.	NO		Morrales.	Creación de la marca.	SI	Muy poco.	Ninguna.	Yo misma.	SI
"LA CASA DEL SARCOFAGO" PROPIETARIO: AMADOR ARISTA CRUZ.	3 años.	SI	Que favorece y genera puestos de empleo.	Monederos, llaveros.	Mayor promoción.	SI	Si, nos hacen que participemos en ferias.	Ninguna.	Artesanos de Luya, Lamud, Inguilpata y Cruzpata.	SI

FUENTE: Elaboración Propia

En la anterior tabla matriz de entrevista a dueños de las tiendas artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas. La mayoría de los dueños afirman que tienen 3 hasta 40 años trabajando en el rubro artesanal siendo en su mayoría natos de la ciudad de Chachapoyas y/o pueblos aledaños, excepto uno de los encuestados es proveniente de la ciudad de Huancayo. Asimismo nos mencionan que tienen cierta afición por este tipo de negocio y cierto sentimiento por la cultura Chachapoya y piensan en esta ciudad como centro de soporte de la actividad turística, es muy importante que se expendan diferentes tipos de artesanía por lo que nuestros visitantes llevan como recuerdo algún objeto, el cual represente la Cultura Chachapoya y a su estadía en la Región.

Por otro lado, los entrevistados en su totalidad son conscientes que no han realizado ningún tipo de estudio de mercado para poner su negocio artesanal, cabe mencionar que la mayoría de las tiendas artesanales, los dueños están registrados como artesanos en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas, si bien es cierto no lo realizan ellos mismos son ayudados por sus parientes y/ familiares, lo cual les ha impulsado por afinidad propia poner este tipo de negocio.

Además los dueños de las tiendas artesanales opinan que el turismo es una actividad generadora de dinero y que como propietarios de tiendas artesanales les es muy rentable ya que sus ventas varían según la afluencia de turistas y en las temporadas altas es donde tienen mayores ganancias.

La mayoría de los entrevistados hacen referencia que los productos que más prefieren y/o son más comerciables son los bolsos, carteras, morrales, llaveros elaborados por los artesanos provenientes de la ciudad de Chachapoyas y los pueblos aledaños y que en su mayoría los prefieren que lleve el nombre de la ciudad de Chachapoyas.

También cuatro de los entrevistados mencionan que su negocio no le es útil hacer ningún tipo de mejoramiento, dos de los dueños afirman que para ellos les es muy importante la creación de una marca que este posicionada en el mercado y uno de ellos nos dice que es muy débil en cuanto a promoción y difusión de los productos artesanales textiles.

Según los entrevistados afirman que los precios están totalmente acorde con el producto que se vende ya que no existen rebajas y los clientes saben que son de calidad y pagan el precio del bien sin ninguna abstinencia. Asimismo ellos afirman que las entidades públicas dedicadas a la actividad artesanal es muy poca su preocupación por mejorar la calidad de los productos artesanales textiles, otros nos mencionan que no les son beneficio ya que no suelen dar el resultado esperado, puesto que les invitan a capacitaciones en cuanto a la mejora de la calidad y a participación en ferias artesanales pero que dichas ferias no las promocionan y ellos como vendedores pierden en vez de adquirir ganancias. Del mismo modo al preguntarles acerca de las estrategias que ellos hacen para aumentar sus ventas nos dicen que no les es necesario ya que el producto se vende solo por la calidad que tiene y por otro lado es por falta de apoyo e iniciativa para hacer conocer su producto en el mercado.

Todos los entrevistados mencionaron que la mayoría de sus productos que tienen en sus negocios ya que es diversificado sus proveedores son de los distritos aledaños a la ciudad de Chachapoyas y en algunos de ellos los hacen ellos mismos y finalmente en su totalidad afirman que con el incremento de llegadas de los turistas a la ciudad de Chachapoyas por supuesto que aumentara sus ventas.

Cuadro matriz de encuestados a los artesanos registrados en la dirección regional de comercio exterior y turismo.

PREGUNTAS ARTESANOS	¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA USTED REALIZANDO PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES?	¿QUE TIPO DE PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES REALIZA?	¿QUÉ TÉCNICAS UTILIZA UD. PARA DISEÑAR LOS PRODUCTOS ARTESANALES?	¿DE QUIEN APRENDIO LAS TÉCNICAS DE TEJEDURIA DEL ARTE TEXTIL?	¿QUÉ INSUMOS Y MATERIALES UTILIZA PARA LA REALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES? Y ¿DONDE LOS ADQUIERE?	¿QUÉ TIEMPO DEMORA PARA LA REALIZACIÓN DE LOS OBJETOS ARTESANALES?	¿PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES CON CUANTAS PERSONAS CUENTA DE APOYO?	¿CUAL ES EL PRODUCTO TEXTIL QUE LE ES MAS COMERCIALIZABLE?	¿CUÁL ES EL PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES TEXTILES?	¿A RECIBIDO UD. ALGUNA CAPACITACIÓN POR PARTE DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y/O PRIVADAS RALACIONADAS AL
AMADOR ARISTA CRUZ										
MAGNA VERGARAY DE GOMEZ	10 años	la mayoría de productos los compro	Doble has	Por herencia	Hilos de lana y merinos.	De 2 a 3 días.	Sola lo realiza	Mochilas y morrales	De 50a 70 soles.	No
YOVANI VALLE VILCARROMERO	30 años	Morrales, llaveros, binchas, carteras, monederos y productos a palillo y crochet.	El urdido	De su madre	Hilo merino, lana sintetica y algodón.	Morral 3 días, Cartera 3 días y poncho 2 semanas	Cuenta con 2 personas de apoyo (su madre y hermana).	Los monederos	Morral 40 soles, cartera 40-50 soles, monedero 3-5 soles, llaveros 2-5 soles.	Si, en ventas, producto y publicidad.
MARCELINA VALLE DE VILCARROMERO	65 ños	Tejido cayo a cintura y telares.	urdido	De su madre	Hilo, lana y algodón.	Según el tamaño.	Cuenta con una persona.	Monederos y bolsos.	Morral 40 soles, cartera 40-50 soles, monedero 3-5 soles, llaveros 2-5 soles.	Si en ventas, producto y publicidad.
AMAXIMANDRO VALDEZ TORRES	43 años	Mochilas, bolsos.	Urdido, paticabra, cordoncillo.	Por herencia	Paisca, tamera, illague, caigua.	3 dias en promedio.	Una persona (su esposa)	Mochilas y carteras.	50 - 60 soles.	NO

FUENTE: Elaboración Propia.

De las encuestas dirigidas a los artesanos de la ciudad de Chachapoyas se ha obtenido información relevante e importante puesto que al momento de tener el contacto con ellos nos hemos dado cuenta que la mayoría de los que están inscritos no son realmente artesanos y la lista que hemos obtenido por parte de Dircetur – Amazonas no está actualizada ya que una de las inscritas no se ha podido localizarla debido a que su número telefónico ya no existe, su dirección no es clara para dar con la señora artesana y que dos de ellos se dedican exclusivamente a la realización de trabajos artesanales en madera por lo que nos fue imposible obtener datos en cuanto a la elaboración de la artesanía textil.

De los encuestados para saber acerca del proceso de la elaboración de la artesanía textil nos mencionan que es largo el proceso del que vienen realizando que está entre los 10 años hasta los 65 años tiempo en el que se dedican a la elaboración de telares textiles, dándonos a entender que los artesanos hacen este trabajo desde niños y que lo han heredado de sus parientes muy cercanos como son las madres, quienes realizaban este trabajo para usos personales tales como telares que les servía para cubrirse del frío, llevar sus alimentos, decorar la casa, accesorios para dormir, entre otros.

Es así que cada artesano realiza diferentes formas de realización de los productos artesanales textiles como la señora Yovani que es una artesana que elabora los telares y ella juntamente con su hermana le dan un valor agregado convirtiéndolo en producto terminado y es ella misma quien se encarga de venderlos, del mismo modo la señora Marcelina elabora telares textiles que les da sus hijas para que lo transformen en carteras, mochilas, morrales, ponchos, etc. El señor Amaximandro nos cuenta que la de la realización de los telares son hechos por su esposa, pero que el es el complemento perfecto quien con mucho amor y dedicación le ayuda para la confección de los productos textiles que es vendido en su propia artesanía.

Por otro lado las técnicas que utilizan los artesanos textiles son en su mayoría es el urdido y la técnica del doble has, sin embargo hemos podido observar que estos artesanos no tienen el suficiente conocimiento de las diversas técnicas que y que ellos solo mencionan a las básicas.

De los encuestados afirman que la afición por el tejido fue transmitida por su madre quien cuando eran niñas les decía que era como una educación para la vida al momento de contraer matrimonio, es así que dichas artesanas los han adquirido por herencia familiar.

Según los artesanos textiles de la ciudad de Chachapoyas mencionan que en su mayoría de insumos que utilizan son hilos merinos, lana sintética, algodón y los materiales que utilizan son la Paisca, tamero, illague, caigua, además el tiempo de demora para hacer los productos artesanales textiles es de acuerdo al tamaño del telar y a la dedicación que le pongan a su trabajo teniendo un tiempo promedio de dos a tres días aproximadamente. Asimismo afirman que algunos de ellos que lo realizan el trabajo solos, otros dicen que tienen el apoyo de uno a dos familiares quienes son indispensables para hacer todo el proceso de su elaboración, es así que nos mencionan que elaboran productos de acuerdo a la demanda es decir que ellos confeccionan en más cantidad morrales, mochilas, carteras y monederos, los cuales son más rentables y comerciables en el mercado.

La mayoría de los entrevistados mencionan que los precios son de acuerdo a al tamaño y acabados de los productos textiles lo cual los bolsos, carteras y mochilas están entre los 40 soles a 70 soles y los monederos desde 2 soles hasta 5 soles. Y finalmente al mencionarles que si han recibido algún tipo de capacitación por parte de las organizaciones públicas y/o privadas dos de ellos nos dijeron que no han recibido ningún tipo de capacitación y dos de los artesanos nos mencionaron que si los han capacitado en cuanto a elaboración de los productos, publicidad y ventas.

CAPITULO VI
DIAGNOSTICO SITUACIONAL

VI. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

6.1. Diagnostico situacional de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas

El turismo en la ciudad de Chachapoyas es una actividad económica complementaria a la actividad principal que es la agricultura. En la ciudad de Chachapoyas existe la presencia de muchas personas, por lo general mujeres, que han heredado costumbres maternas ancestrales y que tienen la habilidad de imaginar y plasmar diferentes trabajos textiles en base a hilo tradicional e industrial, elaborando colchas, alfombras, morrales, monederos, billeteras, brazaletes entre otros productos textiles que por su significativo valor artesanal son destinados no solo para su uso personal sino también para ofrecer en las tiendas artesanales de la ciudad, quienes tienen el contacto directo con los clientes y/o visitantes que arriban a la ciudad de Chachapoyas ya sea por diferentes motivos de viaje.

Esta actividad textil se viene practicando desde hace muchos años atrás y que hoy en día se están tratando de rescatar, las técnicas que se utilizaban es el telar de cintura que consiste en unos pequeños cuadros de madera que llevan por nombre telar, donde unos hilos fijos (urdimbres), son entramados por otros hilos sueltos (tramas) de modo que el cruce llega a constituir un tela. La rigidez depende de la presión de las tramas y el grosor de la tela depende del grosor y la calidad del hilo y de cómo estas se combinen.

En la ciudad de Chachapoyas ha existido el proyecto PROMARTUR el cual tenía el objetivo principal rescatar algunas técnicas tradicionales y darles un valor cultural, generando de tal manera ingresos económicos dinamizando y diversificando la actividad artesanal en la Ciudad Chachapoyas, pero en el año 2007 hubo una deserción de las artesanas debido a que hubieron problemas personales. Cabe mencionar que tres de las artesanas encabezadas por la señora Judid Cruz Lacerna formaron una organización que lleva por nombre las Chachi's, que hasta hoy en día son una organización pero que mantiene disconformidad en sus acuerdos como asociación. Hoy en día el Cite Amazonas está enfocado a revalorar la

artesanía. Esta entidad está representado por la Señora Pamela Huamán Culqui quien nos ha mencionado que no mantienen ningún vínculo con ningún artesano textil proveniente de la Ciudad de Chachapoyas, sin embargo ellos están apoyando a las comunidades locales aledañas a consolidar sus productos ayudándoles en cuanto a promoción y difusión de los mismos.

En la actualidad el Gobierno Regional Amazonas está trabajando en cuanto a organización y en uno de sus proyectos es el de agrupar a los pequeños y medianas empresas, es así que los artesanos de la Ciudad de Chachapoyas se han unido y han creado una organización que lleva por nombre “los artesanos de Chachapoyas” dirigida por el presidente el señor Anaximandro Valdez Torres, dicha organización se crea el 23 de noviembre del 2016, entonces ya desde la fecha se está trabajando de manera coordinada ya que se han propuesto ser una organización consolidada y reconocida a nivel local y nacional.

Para la realización de la presente investigación fue necesario adquirir la lista de las artesanías registradas en la Oficina de Información del servicio al turista (IPERÚ), es así que se encontraron las 7 artesanías registradas las cuales expenden productos artesanales de diferentes tipologías tales como objetos textiles, madera, cuero, entre otros.

Directorio de tiendas artesanales de la Ciudad de Chachapoyas

DISTRITO	NOMBRE COMERCIAL	TIPO	DIRECCIÓN	TELÉFONOS	E-MAIL	WEB	HORARIO DE ATENCIÓN
Chachapoyas	Artesanía Ecológica Colibri y los Nogales	Artesanía utilitaria en madera, drupa de nogal y textiles.	Jr. Amazonas N° 363 - 371	041 - 312438	No tiene	No tiene	Lunes a Domingo 08:30 - 20:00
Chachapoyas	Artesanía Kuyac	Textiles, trabajos en madera, bijouterie, souvenir.	Jr. Ortiz Arrieta N° 445 Jr. Amazonas N° 808	981695158	No tiene	No tiene	Lunes a Domingo 08:00 - 13:00 / 12:30 - 20:00
Chachapoyas	Artesanía FAM	Textiles, trabajos en madera, bijouterie, souvenir.	Jr. Amazonas N° 921	941895252	No tiene	No tiene	Lunes a Sábado 08:30 - 12:30 / 15:00 - 21:30
Chachapoyas	Artesanía Las Mushas	Textiles en lana de oveja.	Jr. Amazonas N° 741	041 - 478882 949418643	No tiene	No tiene	Lunes a Sábado 10:00 - 13:00 / 15:00 - 19:00
Chachapoyas	Artesanía La Illahua	Textiles, trabajos en madera, bijouterie, souvenir.	Jr. Amazonas N° 814	#976680823	No tiene	No tiene	Lunes a Sábado 08:30 - 12:30 / 15:00 - 21:30
Chachapoyas	Artesanía La Casa del Sarcófago	Trabajos en madera, cerámica, tejidos, trabajos en cuero.	Jr. Ortiz Arrieta N° 680	942414044	No tiene	No tiene	Lunes a Sábado 08:30 - 13:00 / 14:00 - 21:00
Chachapoyas	Artesanía y Textilería Rustica	Trabajos en madera, textiles, souvenir; venta de lacteos y	Jr. Ortiz Arrieta N° 672	941860586	No tiene	No tiene	Lunes a Sábado 08:00 - 13:00 / 15:00 - 20:00

FUENTE: IPERU – Chachapoyas (22 de enero del 2017)

De la misma manera se ha tenido en cuenta la lista de los artesanos registrados en el área de artesanía en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, lo cual nos ha sido de suma importancia para la corroboración de la información necesaria, sin embargo en esta lista de artesanos registrados se ha comprobado que al realizar el trabajo de la encuesta con cada uno de ellos, nos hemos dado cuenta que hay personas registradas como artesanos pero que en realidad no se dedican y no elaboran productos artesanales textiles. Así mismo no está actualizado en cuanto a sus números telefónicos, en la mayoría ya no existen y no hay un teléfono alternativo el cual se pueda contactarse con ellos.

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	DIRECCIÓN	TELEFONO	DISTRITO	PROVINCIA
1	Anaximandro Valdéz Torres	Jr. Amazonas N° 363	973363837	Chachapoyas	Chachapoyas
2	Magna Aurora Vergaray de Gómez	Jr. Amazonas N° 741	949595174	Chachapoyas	Chachapoyas
3	Marcelina Valle de Vilcarromero	Av. Aeropuerto N° 105	991060380	Chachapoyas	Chachapoyas
4	Yovani Valle Vilcarromero	Av. Aeropuerto N° 105	976680823	Chachapoyas	Chachapoyas
5	Balbina Yóplac Zuta	Psje. Francisco Herrera Chumbe N° Cdra. 1 - AA.HH. Sr. de los Milagros	961609504	Chachapoyas	Chachapoyas
6	Amador Arista Cruz	Jr. Grau N° 195	975172973	Chachapoyas	Chachapoyas

Fuente: Dircetur – Amazonas (20 de enero del 2017)

Directorio de artesanías textiles de la ciudad de Chachapoyas

Directorio de artesanías textiles de la ciudad de Chachapoyas				
nº	Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Producto que más elaboran
1	Villanueva noriega Elitudes	Jr. Amazonas	964735820	Ponchos, pashminas y morrales
2	Huamán culqui Pamela	Jr. Amazonas	981707846	Bolsos, carteras y centros de mesa
3	Cruz Lacerna Judit	Urb. Santo Toribio de Mogrovejo		Morrales, carteras
4	Reinaga Mercedes	Urb. Santo Toribio de Mogrovejo		Morrales, carteras
5	Vergara Magna Aurora	Jr. Amazonas	949597174	Centros de mesa y vestimentas para muñecas de exhibición
6	Valle Vilcarromero Yovani	Jr. Amazonas	976680823	Carteras, morrales y tejidos con crochet

Fuente: Elaboración propia (28 de enero del 2017)

6.1.1. Materiales e insumos necesarios con los que realizan los telares los artesanos de la ciudad de Chachapoyas

Los artesanos de la Ciudad de Chachapoyas para realizar la elaboración de los productos artesanales textiles utilizan las siguientes herramientas.

- ✓ La paisca
- ✓ El tramero
- ✓ La Illagua
- ✓ La Caigua
- ✓ La guashunchara
- ✓ Maquina industrial
- ✓ Tela para forro
- ✓ Cierres
- ✓ Botones
- ✓ Plantillas
- ✓ Entre otros

6.1.2. Técnicas que utilizan los artesanos de la ciudad de Chachapoyas

Las técnicas que utilizan los artesanos de la ciudad de Chachapoyas para elaborar productos artesanales textiles son las siguientes:

- ✓ Técnica de telar o pedal
- ✓ Técnica del telar de cintura
- ✓ Técnica de crochet
- ✓ Técnica del telar de horquilleta
- ✓ Técnica del telar de friboleta
- ✓ Entre otros

6.1.3. Las labores o puntos que utilizan los artesanos textiles de la ciudad de Chachapoyas son:

Las técnicas que se utilizan para realizar el diseño del telar están basados en puntos y/ labores que se tiene en cuenta en la fase de la urdida y al momento de escoger los hilos.

- ✓ Llano
- ✓ Paño de mano
- ✓ Coquito chico
- ✓ Entre cruzado
- ✓ Uchumuro
- ✓ Labor de coco
- ✓ Labor de alforja
- ✓ Labor de palagar
- ✓ Labor de doble has
- ✓ Labor de dos cuadros
- ✓ Labor del ojito de pollo
- ✓ Labor de la sobre trama

6.1.4. Proceso de elaboración de los productos textiles de la ciudad de Chachapoyas

Las artesanas de la Ciudad de Chachapoyas para transformar la materia prima en productos artesanales requieren de un proceso de una secuencia de pasos que se utilizan para concebir, diseñar y comercializar un producto. Es así que las artesanas convierten lana o el hilo merino (la materia prima) la que se transforma en textil y a su vez el textil se transforma en un producto terminado.

Este proceso de transformación de la lana se ven involucrados a base de técnicas empíricas utilizando herramientas antiguas que son la herencia cultural de los artesanos de la ciudad de Chachapoyas, La elaboración del textil de lana representa la primera fase del proceso de fabricación del

producto. En una segunda fase el textil es transformado en un producto terminado, ya sea utilitario, decorativo, representativo y de souvenir los cuales conforman la mezcla de productos que se venden al público en general. El proceso genérico según la artesana la señora Elitrudis Villanueva Noriega para elaborar cualquiera de los productos artesanales textiles consiste en una serie de pasos que van desde el abastecimiento de la materia prima hasta la venta del producto

6.1.5. Proceso de fabricación

✓ Abastecimiento de la materia prima

Las artesanas de la Ciudad de Chachapoyas resuelven como primer paso el abastecerse de la materia prima de acuerdo a la demanda de productos que existe en el mercado, la materia básica utilizada en la elaboración del textil son los hilos de lana y algodón, así como los colorantes naturales. Los materiales para elaborar los productos terminados son las telas de algodón o polyester, hilos para coser, cierres, jaladoras y botones.

La materia prima de la que se abastecen es en su mayoría de la Ciudad de Chiclayo y Lima, así mismo en cuanto a los colorantes naturales son traídos de los pueblos aledaños a la ciudad siendo el principal el nogal, la cochinilla, el barro, el achote, la betarraga, cebolla, sal, entre otros.

✓ El teñido

Si bien es cierto es uno de los pasos que lamentablemente en nuestra Ciudad desde hace unos años se está perdiendo, sin embargo dos de las artesanas aun utilizan esta técnica del teñido con plantas naturales con técnicas antiguas, siendo este proceso muy delicado que requiere de especial control y cautela. A continuación se hace una descripción básica de los principales pasos en el teñido con plantas tintóreas

En este proceso se utilizan plantas nativas de la Región Amazonas tales como la cochinilla, el nogal, la betarraga, el barro, sal, limón, alumbre, cebolla, entre otros. Como primer paso se hace la disolución de los ingredientes para colorear la lana en agua a temperatura de ebullición en un recipiente que contiene agua a temperatura media (45° aproximadamente) se vierte la mezcla, en seguida se introduce la lana previamente lavada, removiendo para favorecer la mezcla; el contenido de este recipiente debe alcanzar una temperatura entre 90 y 95°C, manteniéndose así por el lapso de una hora. Al cumplirse el tiempo se apaga el fuego y se deja reposar la fibra; y cuando se realiza el teñido con barro el proceso es de enterrar la lana con un promedio mínimo de tres días dentro de la cocha de barro, si es mayor el tiempo será mayor la definición del teñido.

✓ Diseño

En cuanto a su diseño de los objetos artesanales elaborados en la Ciudad de Chachapoyas está enfocados a las formas, geometrías e iconografía de la Cultura Chachapoya siendo este el medio por la que en cada textil las artesanas rescatan y conservan la identidad cultural. Por otro lado la determinación de los gráficos, los colores, el tamaño y la textura que componen todo el conjunto del diseño a los que a dar mayor valor agregado a los productos artesanales. Puesto que en primer lugar elaboran los telares y posteriormente realizan los productos artesanales textiles utilitarios siendo estos los más variados en cantidad y calidad ya que son estos productos los que pasaran mayor tiempo posible en el cuerpo, en cambio los utilitarios y representativos están mayormente basados en el contexto de colores y contrastes más fuertes y en la calidad de la lana es un poco más rústico.

✓ Preparación de la urdimbre

La preparación de la urdimbre de las artesanas de la Ciudad de Chachapoyas se realiza cruzando dos grupos de hilos denominados

urdimbre y trama respectivamente. La urdimbre es la parte larga del tejido y se forma con hilos paralelos que son cruzados con los hilos de la trama en ángulo recto. El telar es el instrumento que permite tensar los hilos de la urdimbre para atravesar los de la trama. Con la preparación de la urdimbre inicia el proceso de tejido, es aquí donde se trata de preparar los hilos verticales que debe llevar el textil, y que son cubiertos en su totalidad al tejer la trama, el material y las herramienta empleados por las artesanas de Chachapoyas para la preparación de la urdimbre son:

- 3 estacas de madera o metal.
- 1 mazo de madera o metal.
- Hilo de algodón con el número de hilo requerido de acuerdo al tipo de producto.

Para elaborar la urdimbre se requiere de un urdidor, éste es acondicionado con tres estacas clavadas al suelo en forma lineal, el largo del textil está determinado por la distancia entre las estacas de los extremos, y el ancho depende del número de hilos que le dan vuelta a las estacas. Al preparar la urdimbre las tejedoras tienen en cuenta el tipo de telar que va a tejer, para ello se define en la etapa de diseño el tamaño del textil y el número de hilos que usará.

Una vez listo las artesanas arreglan la urdimbre poniendo los hilos en forma de ochos con el fin de separar las hebras pares de las impares, como ya se mencionó, el número de veces que se repetirá esta acción es el número de hilos que debe llevar la urdimbre, el cual están en relación al ancho requerido en el tejido. Asimismo el peine es la herramienta del telar que guía y separa a los hilos de urdimbre y con base en ello determinan la cantidad de hilos a utilizar en el textil requerido de modo que al preparar la urdimbre es la tensión que se aplica a los hilos al pasar por las estacas ésta es uniforme, una urdimbre con tenciones irregulares dificultará el proceso de tejido. Por tanto las artesanas aseguran que es conveniente que una sola persona se encargue de este proceso.

✓ Tejido

La etapa primordial del proceso de producción es sin duda el tejido, y el telar de pedales la herramienta más importante. Es aquí donde se presentan los términos básicos acerca del tejido

- El telar: El telar consta de dos soportes, uno para la urdimbre y otro para la tela, entre los cuales se encuentran los hilos de urdimbre. La urdimbre se eleva y se baja por medio de un dispositivo de mallas-lizos. El lizo es un marco en el que se sujetan los hilos. La malla es un alambre o palo pequeño con un orificio en el centro a través del cual pasa el hilo. Cada jalada que se da se utiliza una fila de hilo con trama de otro color para su firmeza y el diseño que se desea realizar.

✓ Confección y acabados

Una vez que se ha concluido el telar se corta de acuerdo al diseño del producto que se desea confeccionar, el acabado de productos decorativos y/o representativos consiste en remeter o torcer los flecos sobrantes de la tela (sobrantes que se considera desde un inicio en la urdimbre). Remeter es regresar y esconder los flecos sobrantes en el telar se tuerce agrupando los hilos por pares y se los tuerce hasta el nudo final siendo este uno de los mejores acabados para evitar que pueda deshilarse, posteriormente se le agrega la etiqueta si en caso existiera. Para los productos utilitarios se corta según las medidas que se requiera, utilizando la preparación del material para la preparación, la elaboración del forro (que es de tela), se confecciona las asas, los cierres, los botones y la etiqueta del producto para finalmente coserlo a máquina industrial.

✓ Presentación y empaque

Después de que los productos reciben el acabado y/o confección requeridos, las artesanas lo expenden en sus respectivas tiendas siendo

estos en distintos exhibidores para que los que visitan la Ciudad de Chachapoyas puedan llegar a palpar y escoger directamente el producto de su preferencia. Al momento de la venta se entrega en una bolsa de acuerdo al tamaño del producto.

6.1.6. Características de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas

Al realizar el análisis respectivo de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas se encontró que los productos artesanales se caracterizan principalmente por sus materiales y por el matizado de sus colores, los hilos utilizados en la gran mayoría son de hilo merino, sin embargo hay la existencia de la señora Elitrudis Villanueva Noriega quien todavía conserva las costumbres ancestrales como el teñido de la lana de oveja con productos naturales como el nogal, la cochinilla, el aliso, entre otros, Para su elaboración se siguen usando antiguas técnicas, como el telar de cintura, asimismo se aprecia las artesanías textiles no solo decoran el hogar, sino también son artículos utilitarios, de souvenir, representativos de la cultura Chachapoyas, en los que se puede apreciar al icono cultural principal de la Región Amazonas (Zona Arqueológica Monumental de Kuelap), ayudando a la preservación de la identidad cultural

Las principales artesanías en textiles que elaboran las artesanas de la Ciudad de Chachapoyas son:

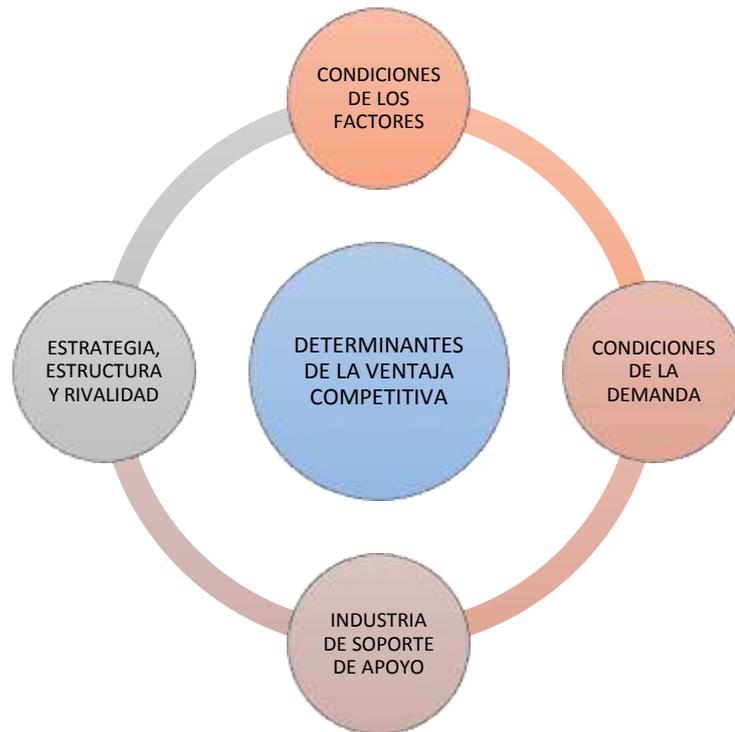
- ✓ Individuales y servilletas
- ✓ Mantales
- ✓ Monederos
- ✓ Bolsas
- ✓ Gorras
- ✓ Ponchos
- ✓ Mochilas
- ✓ Neceser para cosméticos
- ✓ Brazaletes
- ✓ Morrales unisex
- ✓ Vinchas

- ✓ Fajas
- ✓ Alfombras
- ✓ Carteras
- ✓ Porta vasos
- ✓ Bufandas
- ✓ Cojines

6.1.7. Diamante de la competitividad de la artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas

Los determinantes, individualmente o agrupados en un sistema, crean el contexto en el que nacen y compiten las empresas de una nación: la disponibilidad de recursos y técnicas necesarias para la ventaja competitiva en un sector; la información que determina las oportunidades que se detectan y las orientaciones con que se despliegan los recursos y las técnicas; las metas que persiguen los propietarios, directores y empleados que están interesados en la competencia o que la llevan a cabo y, lo que es todavía más importante, las presiones a que se ven sometidas las empresas para invertir e innovar.

Según Michael Porter cuatro son los componentes o determinantes de la ventaja competitiva que conforman el diamante, los cuales son los siguientes.



1. **Las condiciones de los factores:** La posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado.

Factores básicos y avanzados. Los factores básicos comprenden los recursos naturales, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada y semiespecializada y los recursos ajenos a largo plazo. Los factores avanzados comprenden la moderna infraestructura digital de comunicación de datos, el personal altamente especializado, tales como ingenieros titulados y los científicos informáticos y los institutos universitarios de investigación en disciplinas complejas.

2. **Las condiciones de la demanda:** La naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios del sector.
3. **Industrias de soporte y de apoyo:** La presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos.

4. **Estrategia, estructura y rivalidad:** Las condiciones vigentes en la nación respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las compañías, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica. (porter 2002)

Al analizar el modelo del “diamante de la competitividad” de Michael E. Porter, estaremos en condiciones de establecer el nivel de competitividad de la artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas mencionando las condiciones existentes en el en la Ciudad de Chachapoyas en la Asociación de artesanos de los Chachapoyas. Asimismo este análisis nos servirá para determinar cuáles son los atributos que permitirán a la artesanía textil ser competitivo en los mercados locales.

Para la siguiente investigación, el diamante de Porter nos ayudará a definir las ventajas y desventajas de la artesanía textil y la influencia en el desarrollo de la actividad turística de la Ciudad de Chachapoyas y nos permitirá tener una visión más amplia para poder diagnosticar la situación de esta línea artesanal textil.

- ✓ **Condición de los factores:** Analizando la condición de los factores se puede entender que son todos aquellos recursos que intervienen en la elaboración del producto y por tanto son importantes para poder lograr un alto grado de competitividad, como son los recursos humanos, recursos físicos conocimiento, infraestructura y capital.
- Factores Básicos. En estos factores comprende los recursos naturales disponibles, como el clima, el ambiente geográfico, la mano de obra no especializada o semiespecializada. Cabe mencionar que en la Ciudad de Chachapoyas cuenta con recursos naturales, como el algodón para obtenerla lana y adicionalmente la lana que utilizan para la confección de las prendas es traída en su mayoría de empresas nacionales. Con respecto a la especialización de la mano de obra, la mayoría lo aprendió por tradición familiar, entendiéndose a sí que la gran mayoría de los que trabajan en este oficio no cuentan con mayores estudios en el

campo textil, además de las capacitaciones que brindaron proyectos de PROMARTUC y Sierra Norte en convenio con distintas instituciones. Pero que no se han obtenido acertados resultados entendiéndose así que el principal factor básico para la elaboración es el empeño que muestran las artesanas al representar las diferentes habilidades artísticas.

- Factores Avanzados. Están basados en factores que comprenden lo relacionado a la infraestructura, apoyo de ciencia y tecnología, y recursos humanos altamente especializados. Siendo esta una industria artesanal, es muy limitado el apoyo que se da desde la ciencia y la tecnología, ya que se realizan con el fin de conservar las costumbres de nuestros antepasados de igual modo no se considera el recurso humano altamente especializado no es indispensable para la producción de los tejidos. Como un factor avanzado se podría indicar la utilización de telares de cintura, las máquinas de coser y las máquinas remalladoras para completar el proceso de producción de la mayoría de los tejidos.

La nueva Asociación de artesanos está ubicada en un pequeño ambiente en el jirón Amazonas, por el reciente inicio de su funcionamiento puesto que en la actualidad se carece de una infraestructura básica, un mobiliario apropiado para la realización de las actividades del proceso de producción de los objetos artesanales.

- ✓ **Condición de demanda:** En relación a la demanda, está cada vez se incrementa debido a que la Ciudad de Chachapoyas es el centro de distribución de la Región Amazonas, cabe mencionar que se está incrementando gracias a los esfuerzos del gobierno regional y local por posicionar Chachapoyas como destino Turístico ya que la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap como atractivo turístico representativo a nivel Nacional formando parte de una de las siete maravillas del Perú. Este creciente mercado se compone principalmente de visitantes nacionales en su mayoría, seguido por

compradores extranjeros. Un aspecto importante en el factor demanda es la forma en que los artesanos llegan a los clientes, la asociación va a contribuir estando siempre presente con sus productos en ferias regionales y en su propio local, en cuanto a las temporadas de mayor venta, estas son en la fiesta patronal de la “Virgen Asunta “de que se celebra en el mes de agosto, en el Raymillacta de los Chachapoyas, del mismo modo la presencia de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza favorece el incremento de turistas ya que en estos últimos años se aprecia la visitantes que vienen a realizar turismo de estudios e investigación científica.

En cuanto a la publicidad, las tiendas artesanales no realizan ninguna publicidad en los medios de comunicación, solo dan a conocer su producto cuando participan en ferias artesanales regionales y en sus tiendas artesanales, los cuales los propietarios manifiestan que el producto se vende por sí solo.

- ✓ **Industrias relacionadas y apoyo:** Las industrias afines relacionadas o conexas, vienen a ser parte de los insumos, y productos complementarios que forman parte del proceso producción de los objetos artesanales hasta llegar a los clientes, es así que tenemos a los proveedores de materiales como los hilos para tejer y coser que se encuentran ubicados en la ciudad de Chiclayo, Trujillo y Lima, también tenemos a los proveedores locales quienes se encargan de la compra de insumos naturales como el nogal, el aliso y la cochinilla, que también se encuentran en el distrito

El CITE Amazonas, la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y otros que brindan capacitaciones por parte del gobierno regional, que les ayuda a mejorar y perfeccionar sus técnicas de bordado y tejido e innovar diseños.

- ✓ **Estrategias y estructuras de las empresas del sector:** Se puede entender por estrategia y estructura se refiere a la organización de las empresas su gestión y cómo actúan entre ellas. Según Porter menciona que es importante ser líder en la organización, en la capacidad de tomar decisiones también es importante la relación entre los trabajadores y los directivos. Asimismo es primordial tener objetivos, motivaciones y compromisos claros.

Algo que caracteriza a las artesanas es que manejan una técnica tradicional, aprendida de sus ancestros, que es el telar de cintura, que de alguna u otra manera ayuda a preservar la identidad cultural mediante los tejidos aun cuando se manejen nuevos conceptos de diseños o introducción de nuevos materiales.

Una de las mayores dificultades que se presenta en la asociación es que recién se está formalizando, la baja capacidad de administración haciendo difícil la planeación de tener una visión que les permita crecer como empresa. Cuenta con una junta directiva conformada por el presidente, secretaria y la tesorera quienes se encargan de la administración de la asociación.

La asociación “Los Artesanos de Chachapoyas” no cuenta con estrategias para crecer competitivamente. La falta de información por parte de los artesanos sobre oportunidades de como vincularse en el sector externo, es el resultado de una mínima capacidad en gestión gerencial y el limitado acceso a tecnologías de la información para su promoción en el mercado local y nacional.

La asociación artesanal “Los Artesanos de Chachapoyas” en la única de su categoría en la Ciudad Chachapoyas por lo que se podría decir que no tiene competencia directa, sin embargo hay asociaciones artesanales en los distritos vecinos como La Jalca, Luya, María, la Magdalena, entre otros, que son más conocidos e incluso más comercializados, aun así esto sería una oportunidad para

incentivar y estimular a los artesanos y mejorar la calidad, reducir los precios y a innovar.

6.2. Análisis foda

❖ Fortalezas

- En la ciudad de Chachapoyas un 80 % son Tejidos elaborados por la mano de obra calificada de los artesanos inscritos en el directorio de artesanos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.
- La ciudad de Chachapoyas es considerado como centro de distribución turística por poseer una infraestructura turística básica.
- La artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas refleja la herencia ancestral y la identidad cultural y patrimonial de la cultura Chachapoyas.
- La conservación de Técnicas ancestrales tales como el urdido y la utilización de las tramas.
- La artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas se puede apreciar una gran diversidad y variedad en cuanto a la creación de productos artesanales textiles.
- Los artesanos que elaboran productos artesanales son eventualmente invitados a participar en las ferias locales y regionales.
- Presencia del Cite Utcubamba, quien está enfocado al desarrollo de las líneas artesanales de la región Amazonas.

❖ Debilidades

- Falta de materiales e insumos para mejorar sus productos artesanales textiles.
- Falta de apoyo económico para la promoción y difusión de sus productos por parte de las entidades públicas y/o privadas relacionadas al sector artesanal.
- Limitada organización para formar asociaciones artesanales textiles.

- Falta de apoyo por parte de los gobiernos locales y regionales para recibir capacitaciones.
- Débil posicionamiento de los productos artesanales textiles en el mercado nacional.
- Disminución de artesanos textiles dedicados específicamente a la elaboración de productos textiles.
- Falta de formalidad de algunos artesanos al no inscribirse en el registro de Artesanos en la DIRCETUR – AMAZONAS.

❖ **Oportunidades**

- La artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas está enfocada en las nuevas Tendencia de mercado por productos ecológicos hechos a mano.
- Existencia de ferias locales, nacionales, y de eventos (desfiles de moda) que permiten mostrar las artesanías textiles así como establecer contactos para futuros negocios y compartir las nuevas tendencias en el mercado.
- Incremento del turismo nacional (realizan gasto en productos artesanales).
- Existencias de entidades financieras en la ciudad de Chachapoyas como EDPYMES, Cajas municipales y Cooperativas que brindan líneas de crédito a las MYPES.
- Existencia de organizaciones y entidades como Sierra Norte, Cite Utcubamba que brinda apoyo técnico y capacitaciones para mejorar la comercialización diseño y producción de los artesanos.

❖ **Amenazas**

- La competencia entre las artesanas ambulantes informales.
- Falta de priorización del sector artesanal por parte del gobierno local y regional.
- Alta competencia entre los productos artesanales e industriales.

- Cambios de clima y desastres naturales que afectan a la obtención de la materia prima (algodón, lana, hilo merino, etc.).
- Propagación de empresarios de otras regiones que traen productos industrializados a un menor costo.
- Escases de artesanos textiles provenientes de la ciudad de Chachapoyas.

CAPITULO VII
PROPUESTA DE MARKETING ARTESANAL

VII. ANALISIS DEL MERCADO O ANALISIS DE SITUACION

a) ARTESANÍA DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Telar textil de la Ciudad de Chachapoyas



Los telares textiles elaborados en la Ciudad de Chachapoyas son elaborados por los artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas, quienes a través de los años y por herencia de nuestros antepasados tienen el arte en sus manos, la artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas es una actividad que complementa la actividad turística. Asimismo es en la artesanía textil en donde se plasman los diseños de nuestra Cultura, generando identificación de la misma por parte de los pobladores y los turistas que nos visitan.

b) PLANTA TURÍSTICA

- **Alojamientos, restaurantes y agencias de viaje**

Establecimientos turísticos	Total
Restaurantes	34
Hoteles	29
Agencias de viaje	18

Fuente: IPERU- Chachapoyas

Análisis: Los oferentes de servicios de alimentación y hospedaje en la Ciudad de Chachapoyas se han creado a raíz del crecimiento de la actividad turística y conforme ha avanzado el turismo se han ido incrementando y a consecuencia de ello la gran mayoría de representantes de estas micro empresas se han dedicado exclusivamente a brindar el servicio mas no a brindar un servicio de calidad, ya que se puede apreciar deficiencias en la atención al cliente, en la infraestructura, diseño y decoración. Ocasionando un déficit en la prestación de servicios que se brindan a los turistas, por esta razón se busca incrementar la mejora de la calidad de los servicios turísticos en la Ciudad de Chachapoyas puesto que en la actualidad es un destino que está en la mira de turistas lo cual se estan incrementando los arribos, asimismo se observa nuevas inversiones nacionales y extranjeras que apuestan por el desarrollo del turismo en Amazonas.

c) INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La Ciudad de Chachapoyas cuenta con los siguientes servicios básicos

- Luz
- Agua
- Desagüe y alcantarillado
- Internet
- Farmacias
- Centros de salud
- Cajeros
- Bancos
- Servicio de transporte urbano

d) SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

- Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas
- Municipalidad Provincial de Chachapoyas
- Asociaciones de Artesanía
- Promperu
- Iperu
- Gobierno Regional de Amazonas

e) CARACTERISTICAS PRINCIPALES DEL PRODUCTO

- Su diseño de la Artesanía textil se basa en la representación de la Cultura Chachapoya.
- Productos textiles de buena calidad

f) TENDENCIAS DEL MERCADO

La demanda de la artesanía textil es mayor en temporadas altas como (abril-septiembre) esto se debe principalmente a las diferentes celebridades que se desarrollan en la región, asimismo por el clima apropiado que se presenta en estos meses.

La artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas tiene demanda en mayor proporción nacional que en los diferentes feriados largos opta por hacer visita a la Región Amazonas y como un grato recuerdo de su viaje adquieren un objeto artesanal, sin embargo si se obtienen visitas por parte de extranjeros quienes desean conocer nuestra región.

Su mercado específico que adquiere productos textiles de la Ciudad de Chachapoyas tiene un promedio de 18-41 años de edad y en menor proporción personas de la tercera edad. Los departamentos que más visitan la Región Amazonas son:

- Lima
- Chiclayo
- Trujillo
- Piura

g) IDENTIFICACIÓN DEL PUBLICO META

El segmento al cual se desea llegar lo definimos de una forma y aspecto demográfico, en los gustos y preferencias de nuestros clientes; ya que directamente se trabajara con las personas que son amantes de la Cultura. El mercado primario debe constar de las personas que es más fácil que adquieran el producto a los cuales se enmarca con mayor énfasis. Es importante identificar con precisión no sólo a aquellos que compran y consumen el producto, sino también a aquellos que influyen en su decisión de compra.

Nuestro segmento será turistas nacionales e internacionales que les apasione la adquisición de objetos artesanales textiles ya que en ellos se plasma la cultura Chachapoya, Y según la información que se realizó para obtener el perfil del turista que visita la región de Amazonas, se ha obtenido las siguientes características.

Personas según su género que visita la región de Amazonas

Sexo	%
Masculino	58%
Femenino	42%
Total 100%	

Fuente: perfil que visita la Región de Amazonas

Según el cuadro se puede decir que en mayor porcentaje de turistas que visita la región podemos interpretar que mayormente los que nos visitan son varones, obteniéndose un 58% del total de los visitantes, y un 42% de mujeres.

Personas según su edad que visita la Región de Amazonas

Edad	%
16 - 24 años	23%
24 - 32 años	42%
32 - 40 años	13%
40 - 48 años	16%
48 - 56 años	3%
56 - 64 años	1%
64 - 72 años	2%
Total 100%	

Fuente: perfil que visita la Región de Amazonas

Según la información nos muestra que en su mayoría las personas que más nos visitan están entre las edades de 24- 32 años seguido por los de 16-24 años, así mismo los que tienen entre 40-48 años, seguido por los de 32-40 años y por ultimo las personas de la tercera edad.

Personas según su estado civil que visita la Región de Amazonas

Estado Civil	%
Parte de una pareja	40%
Soltero	58%
No precisa	2%
Total 100%	

Fuente: perfil que visita la Región de Amazonas

Según la información obtenida por el estudio del perfil del turista que visita la región de Amazonas son en su mayoría solteros con un 58%, con un 40% con pareja y un 2% no precisan su estado civil.

Personas según el motivo de viaje que visita la Región de Amazonas

Según motivo de visita al Destino Amazonas	%
Conocer la cultura viva de la región	20%
Conocer sitios naturales	38%
Conocer manifestaciones culturales	9%
Desarrollar diversas actividades turísticas	30%
Otro	3%
Total 100%	

Fuente: perfil que visita la Región de Amazonas

Los turistas que visitan la Región de Amazonas en mayor porcentaje prefieren sitios naturales, seguidos por los de conocer la cultura viva; lo cual quiere decir que nuestro destino teniendo como atractivo principal “La Catarata Gocta” tiene una gran afluencia de visitantes.

Personas según las actividades que realiza en la Región de Amazonas

Actividades realizadas en Amazonas	%
TURISMO CULTURAL	55%
Visitar sitios arqueológicos	18%
Costumbres y tradiciones	15%
Gastronomía	13%
Artesanía	9%
TURISMO DE NATURALEZA	28%
Visitar áreas y/o reservas naturales	21%
Observación de aves	7%
TURISMO DE AVENTURA	9%
Trekking	9%
TRABAJO O POR NEGOCIOS	8%
Total 100%	

Fuente: perfil que visita la Región de Amazonas

Las actividades que más se practican están dentro del Turismo Cultural, seguidamente las actividades que se realizan dentro del Turismo de Naturaleza. Lo cual la actividad artesanal esta dentro del turismo cultural con un 9%

VIII. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS “LOS ARTESANOS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS”

En base a haber identificado muchas deficiencias en la presente investigación documental y de campo se tiene a bien realizar una propuesta de comercialización de productos artesanales textiles provenientes de la ciudad de Chachapoyas siendo necesario implementar estrategias de comercialización que efficienten sus productos y así poder contribuir al desarrollo de este sector artesanal textil por lo que a continuación se desprende la siguiente propuesta.

8.1.Generalidades de la aérea de estudio

8.1.1 Ubicación del área de estudio

La ciudad de Chachapoyas es la capital de la provincia del mismo nombre. Está ubicada a 06° 13' 30'' de latitud sur y 06° 51' 00'' de longitud oeste. Se localiza en una meseta a 2,335 m.s.n.m., en la parte superior de la margen derecha del río Utcubamba, afluente del Marañón. El área de estudio tiene una superficie de 1 707.25 hectáreas, considerando a la ciudad de Chachapoyas y a la totalidad de los asentamiento humanos que la conforman.

8.1.2 Delimitación del área de estudio

El área de Estudio presenta la siguiente delimitación: por el lado norte con terrenos de la comunidad de Huancas, comprendidos entre los sectores Tapial y Vitaliano, en las inmediaciones del aeropuerto de Chachapoyas; por el lado este, con terrenos de la comunidad de Huancas, delimitando la parte alta de la quebrada Santa Lucía, la

parte baja de la quebrada Santa Lucía, pasando por los límites de las Pampas de Higos Urco y alrededores de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, quebrada Zeta, y parte de la carretera a Rodríguez de Mendoza; por el sur, se considera el sector El Molino, carretera Pedro Ruiz - Chachapoyas, quebrada Luya Urco, carretera a Levanto y con el fundo Santa Isabel; por el oeste, con el fundo Bocanegra, alrededores del Sector El Molino, quebrada Yurac Urco, zona de las antenas, carretera a Huancas y terrenos de esta Comunidad.

8.1.3. Población

De acuerdo con el censo peruano de 2007, la población de la ciudad de Chachapoyas era de 23 202 habitantes.

8.1.4. Actividades económicas

Agricultura, Ganadería, Comercio y Turismo.

(Plan de Desarrollo Urbano – Chachapoyas, 2012)

8.2. Misión de la asociación artesanal textil “los artesanos de Chachapoyas”

Elaborar y Comercializar al público en general productos artesanales textiles de alta calidad tales como mochilas, billeteras, morrales, monederos, centros de mesas, individuales, llaveros, cojines, entre otros accesorios, a través de un adecuado servicio al cliente que permita convertir a la asociación “los artesanos de Chachapoyas ” en una asociación eficiente y capaz de satisfacer la demanda del mercado artesanal textil.

8.3. Visión de la asociación artesanal textil “los artesanos de Chachapoyas”

Obtener el liderazgo en el mercado local y regional en los próximos cinco años, en la comercialización y venta de accesorios artesanales utilitarios, representativos, decorativos y de souvenir a través de la experiencia, valor

artesanal nativo de la ciudad de Chachapoyas y del servicio en general, brindando diversificación de objetos artesanales de alta calidad que se caractericen por satisfacer sus necesidades y expectativas de los clientes.

8.4. Valores de la asociación “los artesanos de Chachapoyas”

- Respeto
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Vocación para elaborar los productos artesanales
- Amabilidad

8.5. Objetivos de la propuesta

8.5.1. Objetivo general

- Diseñar estrategias e instrumentos de promoción y difusión para la óptima comercialización de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

8.5.2. Objetivos específicos

- Promover el potencial artesanal textil de la Ciudad de Chachapoyas.
- Atraer un mayor número de visitantes que realicen compras de objetos artesanales textiles de la Ciudad de Chachapoyas.
- Crear una imagen y/o marca competitiva que identifique al arte textil de la Ciudad de Chachapoyas.
- Realizar una campaña publicitaria para incrementar las ventas de los productos artesanales textiles.

8.6. Justificación

La presente propuesta de marketing de promoción y difusión de productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas se proyecta a mejorar las formas de comercialización de este sector a través de diferentes estrategias tales como: La publicidad, promoción, relaciones públicas, venta personal y marketing directo, asimismo se crea a raíz de la necesidad de diversificar la oferta de productos artesanales haciendo el uso racional de los atractivos turísticos los que generan motivos de visita a la Ciudad de Chachapoyas y como un grato recuerdo de su visita adquieren artesanía textil.

La necesidad de generar nuevas oportunidades económicas e incrementar los ingresos a la población dedicada a la realización de la artesanía textil y tener una marca posicionada en el mercado.

8.7. Etapa del ciclo de vida del producto

Los productos suelen tener un patrón previsible de desarrollo. Desde su nacimiento hasta su muerte, un producto existe en diferentes etapas y diferentes ambientes competitivos, y su ajuste a ciertos ambientes determina en un gran nivel el grado de éxito que tendrá durante su vida. El ciclo de vida del producto ayuda de dos maneras al planificador o al gerente de promoción: a determinar la mezcla apropiada para cada etapa del ciclo de vida y ofrecer la mezcla de promoción óptima.

En su forma típica, el ciclo de vida del producto se divide en cuatro etapas: introducción, crecimiento, madurez y decadencia. Nuestro producto artesanal textil se encuentra en la etapa de crecimiento que a continuación se detallara un análisis del porque se encuentra en esta etapa.

- ❖ Etapa de Crecimiento. Para la época en que el bien o servicio ha llegado al comienzo de esta etapa, su aceptación en el mercado está

asegurada. El éxito se alimenta de los triunfos iniciales: los primeros compradores continúan adquiriendo el producto y los nuevos compradores aumentan en gran número. El éxito del nuevo producto atrae competidores. Durante esta etapa, las compañías tienden a mantener sus inversiones promocionales al mismo nivel o en uno ligeramente más alto, para enfrentar a la competencia y continuar educando al mercado. Con frecuencia, el objetivo de la publicidad pasa de construir una conciencia del producto a crear una convicción de marca y compra. Cuando el consumidor final queda saturado de opciones, puede ser importante aplicar herramientas como descuentos, cupones, rebajas y muestra gratis.

<http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml#ixzz4WbO7ng8K>

Análisis: La artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas como actividad económica complementaria al turismo se encuentra en la etapa de crecimiento porque ha logrado tener una aceptación en el mercado turístico eso se puede apreciar con la afluencia de llegadas tanto de turistas nacionales como extranjeros los cuales en su gran mayoría adquieren productos artesanales textiles ya sean utilitarios, decorativos, representativos y de souvenir, como un grato recordatorio de la ciudad

Asimismo dentro de la ciudad de Chachapoyas se están agrupando de manera legal para formar su empresa textil la cual les permitirá tener mejores beneficios en cuanto a la mejora de la calidad, en el procedimiento de los objetos artesanales textiles, los acabados, en comercialización, promoción y difusión, de modo se satisfaga las expectativas de los clientes al obtener un producto de alta calidad. Dentro de toda la publicidad juega un papel muy importante en la etapa de desarrollo de un producto ya que está enmarcada en lograr un posicionamiento sólido al momento de entrar en el mercado nacional e internacional.

8.8. Producto artesanal textil de la ciudad de Chachapoyas.

En este caso, el producto artesanal textil de la Ciudad de Chachapoyas estará categorizado de acuerdo a los tipos de consumidores, a sus características y cualidades e información similar, con el objetivo de definir y diferenciar el producto textil de la Ciudad de Chachapoyas frente a otros lugares el cual genere ventaja de los beneficios que ofrece. Por eso nuestro producto artesanal textil será netamente artesanal de buenos acabados y sobre todo de alta calidad.

8.9. Tipo de estrategia: atracción vs empuje para la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas

La promoción es una parte importante de cualquier estrategia de mercadotecnia. Puedes tener el mejor producto o servicio por ahí, pero si no lo promueves con éxito, nadie lo sabrá. Hay dos tipos básicos de estrategias de promoción, una estrategia de empuje, una estrategia de atracción.

<http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml>

Para el producto artesanal textil de la ciudad de Chachapoyas se utilizara la estrategia de **ATRACCIÓN** ya que con esta estrategia logaremos aumentar la demanda y está más orientada a la mercadotecnia. A través de esta estrategia dotaremos diferentes opciones de diversificación de oferta para que el consumidor elija de acuerdo a sus gustos y preferencias, del mismo modo el cliente decidirá si elige o no nuestro producto, además nuestro producto artesanal textil ya tiene afluencia de demanda debido a que es adquirida en un 80 % de los turistas que arriban a la ciudad de Chachapoyas, siendo un complemento perfecto para el desarrollo de la actividad turística. Lo que queremos lograr es que se incremente las ventas y mayor posicionamiento en el mercado artesanal textil lo cual se pretende lograr a través de la utilización diferentes estrategias de promoción.

8.10. Mix promocional

Según Kotler indica la existencia de 5 herramientas promocionales y que la organización debe decidir qué tanto presupuesto aplicará a cada una de ellas de acuerdo a las necesidades de la misma.

Estas cinco herramientas son la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo, las cuales nos parecen de vital importancia para la elaboración del presente trabajo de investigación:

- **Promoción de Ventas:** Se logra mediante la comunicación, se emite un mensaje del cual se espera un respuesta del cliente objetivo al que va destinado el producto - servicio. Se pretende lograr comunicar las características del producto, comunicar los beneficios del producto y que el cliente recuerde la marca (posicionamiento en la mente del consumidor).En el caso de mi investigación propongo que las promociones se realicen vía redes sociales, internet, correo electrónico y blogs.
- **Publicidad:** Es adecuada para generar una buena imagen a futuro o para vender de forma inmediata, llegando a consumidores geográficamente dispersos. La publicidad por televisión, radio pueden generar altos costos, por ello lo recomendable es publicar los productos en internet.
- **Relaciones públicas:** Basada en tres cualidades: alta credibilidad (artículo noticioso genera más auténticos que los anuncios), capacidad para tomar desprevenidos a los consumidores pues llega a personas que generalmente evitan a vendedores, anuncios y dramatización pues dramatiza un producto o compañía.
- **Ventas Personales:** posee características las cuales generan una relación estrecha con el cliente, generando una mejor respuesta por parte del cliente y satisfaciendo las ventas.

- Marketing directo: contiene cuatro características: Personalizada (atractivo para el cliente), actualizada (presentación rápida), privada (ejecutado para una solo cliente) e interactiva (las respuestas del cliente varían constantemente).

(Kotler, 2002)

8.10.1. Estrategia promocional

1. Publicidad:

1.1. Estrategia de Redes Sociales

Objetivo

Crear paginas (Facebook, tuitter, instragran, blooks, tumbler); donde tengan información actualizada resaltando las características, cualidades de los productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas.

Descripción

Las páginas web que se crearan tendrán información actualizada y se mantendrán vía online, así mismo se darán a conocer las ofertas y promociones de algunos productos artesanales textiles. Asimismo en estas páginas se estarán haciendo algunas alianzas estratégicas como para las personas que visiten otras páginas de otros lugares de productos artesanales puedan encontrar imágenes de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas de esta manera estaremos apuntando a un posicionamiento en el mercado competitivo.

En estas páginas se podrán encontrar:

- Galerías de fotos
- Mapa de ubicación
- Videos actuales
- Precios
- variedad de productos artesanal textiles.
- numero teléfono

Meta:

Lograr ser reconocidos en 99 % a través de las visitas a nuestras páginas.

Presupuesto:

Mantenimiento de páginas:	S/ 50.00
Pago para mayor difusión de las páginas:	S/ 300.00
TOTAL:	S/ 350.00

1.2. Estrategia de plan de Medios

Objetivo

Establecer un plan de medios masivos a nivel de radio regional y tv nacional.

Descripción:

El plan de medios se desarrollara con el fin de realizar acciones que den a conocer nuestro producto artesanal textil, haciendo uso de publicidad masiva, tales como radio regionales (Reyna de la selva, esfera radio, la ribereña y stereo tv); televisión nacional (américa televisión y tv Perú).

En el caso de la radio, consistirá en un spot publicitario dando a conocer sus principales características del producto artesanal textil.

También se hará uso de publrreportajes en los medios televisivos, en la franja de programas turísticos. En Tv Perú será a través de los reportajes de destinos turísticos y el programa “costumbres” conducido por la periodista Sonaly Tuesta y en América Televisión a través de las noticias donde se da un pequeño espacio para promocionar los destinos turísticos del Perú.

Meta

Lograr en un 95% de audiencia tanto en la radio como en la televisión para ser reconocidos e incrementar ventas de productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas.

Presupuesto

Radio

Periodo: 3 meses

Radio Reyna de la Selva: 200 x 1mes durante 3 meses

S/ 600.00

Radio la Ribereña: 200 x 1mes durante 3 meses S/ 600.00

Radio Esfera: 200 x 1mes durante 3 meses S/ 600.00

Radio Stereo Tv: 200x 1mes durante 3 meses

S/ 600.00

Costo total: S/ 2,400.00

Televisión

Periodo: 3 meses

América Televisión: 300x mes	S/ 900.00
Tv Perú: 300x mes	S/ 900.00
Costo total:	S/ 1800.00
Total	S/ 4200.00

1.3. Estrategia de elaboración de trípticos y volantes

Objetivo

Diseñar trípticos y volantes para distribuir al público real y potencial

Descripción

Esta estrategia de diseñar volantes y trípticos informativos con la finalidad de hacer conocer los productos artesanales textiles, en el cual se detallara información precisa, veras y ordenada en donde se aprecie sus características de los productos artesanales textiles, sus precios, ubicación, teléfono, fotos que irradien e impacten a los clientes.

Meta

Con esta estrategia se pretende aumentar en 80% las ventas y hacer conocer aún más la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

Presupuesto

Diseño del volante	S/ 60.00
Diseño y elaboración del tríptico	S/ 60.00
Impresión de los volantes y trípticos 2 entre ambos	S/ 300.00
Total	S/ 420.00

1.4. Estrategia de elaboración de carteles publicitarios

Objetivo

Elaborar dos carteles publicitarios de información artesanal

Descripción

Esta estrategia de elaboración de carteles publicitarios se desarrollara con la finalidad de promocionar la artesanía textil, ya que en estos carteles se pondrá la mejor imagen posible de los objetos artesanales, con colores muy atractivos, letras grandes, se pondrá la marca y su respectivo slogan, asimismo se ubicara un cartel en la entrada de la ciudad de Chachapoyas y el otro se ubicara en el parque del niño de Belén, siendo estos los lugares estratégicos donde puede tener mayor impacto de conocimiento de los productos artesanales textiles provenientes de la ciudad de Chachapoyas.

Meta

Con esta estrategia se pretende lograr en un 90% mayor promoción y difusión de la artesanía textil.

Presupuesto

Diseño de los carteles publicitarios	S/ 50.00
Impresión de los carteles publicitarios	S/ 300.00
Total	S/ 350.00

2. Promoción de ventas:

2.1. Estrategia de cupón de descuento

Objetivo

Diseñar cupones con un 30 % de descuento con el fin de motivar a nuestros clientes, si las compras sobrepasan de 100 nuevos soles.

Descripción

Esta estrategia se desarrollara con la finalidad de que nuestros clientes que deseen comprar nuestro productos artesanales textiles y pasen de 100 nuevos soles se les otorgara un cupón de descuento en cualquier producto que elijan, en el tiket del cupón de descuento contendrá la imagen de la marca de los objetos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas, el porcentaje de descuento y el sello de la asociación “Los artesanos de Chachapoyas”.

Meta

Con esta estrategia se pretende aumentar en un 95% de compras de nuestros productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas.

Presupuesto

Diseño del cupón:	S/. 30.00
Costo unitario:	S/. 2.00
Costo total:	S/. 60.00

2.2. Estrategia de tarjeta de cliente vip

Objetivo

Diseñar una tarjeta de cliente vip

Descripción

Esta estrategia será empleada con la finalidad de dar solicitudes de inscripción a todas las personas que lo deseen para hacerse acreedores de la tarjeta de cliente vip, tendrán información y beneficios tales como:

- Fechas de actividades festivas de la ciudad de Chachapoyas
- Descuentos
- Nuevos productos
- Promociones especiales
- Descuentos especiales para empresarios minoristas de artesanía textil.
- Servicio de delivery a nivel nacional

Esta tarjeta tendrá acceso a todos estos beneficios tendrá un costo de S/. 20.00 nuevos soles.

Meta

Lograr en un 80 % de nuestros visitantes obtenga la tarjeta de descuento y así obtener mayores visitas.

Presupuesto

Materiales: hojas de inscripción

Costo unitario: S/.5.00

Tarjetas: S/.50.00

Total S/.250.00

3. Venta personal:

3.1. Estrategia de workshop

Objetivo

Organizar workshop con empresas turísticas locales y nacionales.

Descripción

Establecer contactos con empresas turísticas (agencias de viajes y hoteles) para hacer conocer la calidad de los productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas y al mismo tiempo crear alianzas estratégicas en las que, en sus locales haya un espacio donde se exhiba objetos artesanales textiles proveniente de la ciudad de Chachapoyas.

Meta

Realizar un workshop a fin de que las empresas turísticas locales y nacionales en un 70% en un lapso de 2 días.

Presupuesto

Invitaciones nacionales cntd. 04 C.U 0.50 = S/ 2.00

Invitaciones locales cntd. 30 C.U 0.50 = S/ 15.00

Transporte: Lima – Chachapoyas $300 * 4 = S/ 1200$

Hospedaje Chachapoyas hotel “Xalca” $120*4= S/ 480$

Alimentación Chachapoyas (almuerzo, cenas) nacionales

$50*8 = S/400$

Alimentación Chachapoyas (almuerzo) locales

$20*30 = S/600$

Costo total: S/ 2697.00

4. Relaciones públicas:

4.1. Estrategia de Fam Trip

Objetivo

Organizar un fam trip para periodistas que tengan capacidad de influenciar en medios de comunicación para

que estos difundan la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas.

Descripción

Contactar grupos de periodistas regionales y nacionales, para invitarlos a conocer nuestros productos artesanales, la estancia será gratuita, el objetivo del mismo será hacer que los periodistas publiquen un reportaje de las características, atributos y actividades que se realiza en la elaboración de la artesanía textil y apoyo en cuanto a difusión de una revista exclusiva de la asociación “los artesanos de Chachapoyas”, el objetivo del mismo será hacer que los periodistas.

Meta

Se pretende lograr en un 80% la difusión de nuestros productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas a través de los periodistas influyentes en los medios de comunicación masiva. Entre ellos tendremos periodistas de América Tv (2), Tv Perú (2), ATV (2), diario el comercio (2), Esfera Radio (2), Radio Reina de la Selva (2) y Tele Amazonas (2).

Presupuesto

8 participantes: Transporte Lima – Chachapoyas

300*8= S/ 2,400.00

8 Hospedaje: Chachapoyas hotel “casa vieja”

160*8= S/ 1,280.00

14 Alimentación: Chachapoyas (almuerzo, cenas)

100*14= S/ 1400.00

Total:

S/ 5,080.00

4.2. Estrategias de participación en ferias

Objetivo

Participar en ferias regionales y nacionales que nos permitan establecer relaciones sólidas y posicionarnos en la mente de clientes reales y potenciales.

Descripción

Esta estrategia de participación en las ferias tiene la finalidad de informar y dar a conocer a la población que hay una asociación en la ciudad de Chachapoyas dedica exclusivamente a la elaboración de artesanía textil, asimismo en el stand se tendrá material fotográfico e informativo, pequeños recordatorios de nuestros productos, videos entre otros objetos que harán que se promocióne con mayor énfasis, por otro lado establecer alianzas estratégicas para mayor difusión del producto artesanal textil.

Metas

Lograr que los asistentes de las ferias conozcan en un 70% nuestros productos artesanales textiles provenientes de la ciudad de Chachapoyas.

Presupuesto

Pasajes y viáticos para dos personas	S/ 300.00
Alquiler del lugar	S/ 300.00
Armar stand:	S/ 200.00
Luces	S/ 50.00
Total	S/ 850.00

5. Marketing directo

5.1. Estrategia de boca a boca

Esta estrategia se pondrá en marcha con la finalidad de mejorar la calidad de atención al cliente ya que es de esencial importancia la atención, la amabilidad que debe tener un vendedor para atraer más clientes, es así que con esta estrategia lograremos atraer mayores clientes los cuales se irán satisfechos y recomendaran a los turistas potenciales.

8.11. Campaña promocional

7.11.1 Nombre de la campaña

LOS ARTESANOS DE CHACHAPOYAS

Cultura y elegancia tradicional

8.11.2 Marca



La marca “Artesanos de Chachapoyas” está diseñada en base al nombre de la organización del mismo nombre, los frisos que decoran el contorno de la Marca son parte de la Cultura

Chachapoya y el color que se ha utilizado es un color estándar del algodón nativo de Amazonas y los telares que son teñidos en base a productos ecológicos de la zona tales como: nogal y cochinilla

8.11.3. Época o periodo

El periodo de la campaña promocional tendrá una duración de 2 meses, dentro de los cuales se trabajara con las diferentes estrategias promocionales para lograr posicionar con mayor énfasis en el mercado artesanal.

8.11.4. Cuadro de actividades

DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES		MESES	
		I	II
PUBLICIDAD	Medios masivos	X	X
	Redes Sociales	X	X
	Páginas Webs	X	X
	Elaboración de volantes y trípticos	X	X
	Elaboración de carteles publicitarios	X	
PROMOCION DE VENTA	Cupón de descuento	X	
	Cliente vip		X
MARKETING DIRECTO	Boca a Boca	X	X

8.11.5. Estrategias promocionales

a) Publicidad

Esta estrategia de publicidad la emplearemos en nuestra campaña promocional durante los dos meses ya se basa en enfatizar con mayor popularidad en las redes sociales (Facebook, twiter, blog, tamber, instagran), páginas web (online, despegar.com), medios masivos (radios locales, televisión nacional), con la finalidad de aumentar las ventas y posicionar a la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas como un producto competitivo.

b) Promoción de ventas

Esta estrategia promocional se empleara en el lapso de dos meses en el que se dividirá en el primer mes se realizara la estrategia de cupón de descuento dando un 10 % de descuento a los clientes que sus compras excedan de los 100 soles, asimismo en la estrategia de cliente vip será empleada para nuestros clientes que retornan a adquirir productos artesanales, en esta tarjeta se harán descuentos especiales, se les enviara toda la información actualizada de los nuevos productos que salgan al mercado.

c) Marketing directo

Esta estrategia promocional se desarrollara en toda la campaña publicitaria puesto que es de mucha importancia el buen trato hacia las personas, lo cual hará que recomienden a sus familiares y amigos a realizar compras de productos artesanales.

8.11.6. Presupuesto

ESTRATEGIA PROMOCIONAL	ACTIVIDADES	COSTO
PUBLICIDAD	Medios masivos	S/ 4220
	Redes sociales	S/ 350
	Volantes y trípticos	S/ 420
	Carteles publicitarios	S/ 350
PROMOCION DE VENTAS	Cupón de descuento	S/ 60
	Cliente vip	S/ 250
MARKETING DIRECTO	Boca a Boca	S/ 00

Total **5650.00**

8.11.7. Evaluación o feedback

Para desarrollar un adecuado seguimiento y evaluación de nuestra campaña promocional que tiene una duración de 2 meses calendarios que se realizara con la finalidad de aumentar las ventas y por ende promocionar con mayor énfasis los productos artesanales textiles. A continuación se detallara las estrategias que se utilizaran para el logro de nuestros objetivos.

- ✓ **Encuestas.** Esta estrategia evaluaremos a los turistas que visitan la región de amazonas, y que adquirieron artesanía textil y veremos en qué porcentaje lo conocieron o escucharon de las promociones que se está haciendo para aumentar las ventas de las artesanías, si tuvo o no influencia la campaña promocional.
- ✓ **Número de veces que son transmitidos los anuncios en las radios.**
- ✓ **Numero de venta y de entrega de los cupones de descuento:** En esta estrategia de evaluación nos daremos

cuenta la cantidad que se ha vendido ya que se contara con un talonario el cual se quedara con nosotros y nos servirá como medio para saber en qué porcentaje se vendieron.

- ✓ **Número de veces que se compartió en el Facebook:** En esta estrategia se revisara a diario las visitas y compartimientos de las fotos y videos de la artesanía textil procedente de la Ciudad de Chachapoyas.
- ✓ **Números de like le dan o lo clasifican como me gusta.** Se evaluara los likes que tiene nuestra página en las redes sociales.
- ✓ **A través de la sintonía de los radioyentes de cada medio de comunicación contratada.**

CAPITULO IX
DISCUSIONES

IX. DISCUSIONES

El arte textil desde hace tiempos remotos se viene desarrollando en diferentes tipologías y utilizando insumos y materiales de carácter animal y vegetal, cada objeto que se elabora son únicos, de alta calidad, en diferentes colores y tamaños. La cultura, la artesanía textil y el turismo son la combinación perfecta para el desarrollo de una de las actividades económicas de la ciudad de Chachapoyas y ha despertado el interés de diversos investigadores científicos sociales del ámbito del turismo, encontrándose como producto de ello tesis, artículos y otras investigaciones con las que se puede discutir lo siguiente:

Rivera. G. (2012) en su tesis denominada “Diagnóstico de la Problemática del Desarrollo del Arte Textil” concluye que gracias al incremento de turistas en lo últimos años la ciudad de México ha tenido una buena demanda para los productos artesanales, que en su mayoría visitan atractivos turísticos y como recuerdos de la ciudad adquieren artesanía. Asimismo se observó un gran involucramiento por parte de la población y de autoridades involucradas en el sector artesanal para lograr el desarrollo del arte textil. Esta tesis frente a nuestra investigación influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la Ciudad de Chachapoyas encuentra cierta congruencia en que ambas están basadas en estudios de artesanía textil y que son los turistas los que adquieren en su gran mayoría objetos artesanales de los lugares que conocieron, sin embargo Rivera menciona que la población de la Ciudad de México está bastante involucrada en la actividad artesanal, algo que hay discrepancia en nuestra investigación al no tener el debido conocimiento de la actividad artesanal y las autoridades no le es de mucho interés el rubro de la artesanía textil y es la misma población la que desconoce y no apuesta por la artesanía textil oriunda de la Ciudad de Chachapoyas, siendo una de nuestras debilidades frente a otros lugares que producen artesanía textil, estando en cierta desventaja en mejorar nuestra comercialización de los productos, el fortalecimiento de la identidad ancestral cultural, es por eso que nuestra investigación está enfocada en mejorar los índices de calidad, mayor promoción y difusión de la artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas. Asimismo Contreras. M. (2013), desarrollo en la tesis

denominada “Diseño de nuevos productos con textil artesanal de Teotitlán del Valle, en coordinación con el Centro de Arte Textil Zapoteco Bii Daiüü”. La cual concluyo que la artesanía textil elaborada en el centro Bii Daiüü, se realizó una investigación de campo aplicando entrevistas a los artesanos y haciendo visitas para conocer a través de la observación los procesos artesanales que involucran la elaboración la artesanía del textil; de esta manera se identificaron los procesos que utilizan los artesanos cuando elaboran las piezas artesanales, por ejemplo, los artesanos Bii Daiüü continúan moliendo tintes como la grana cochinilla y el añil en metates, herramienta ancestral zapoteca, no solo por seguir la tradición, sino porque de esta manera se alcanza una molienda más fina y uniforme que permite todo el aprovechamiento del tinte; utilizan el agua de lluvia no solo por ecología, sino porque presenta un pH más balanceado que favorece la tinción con plantas naturales; hacen uso de plantas naturales que fortalecen la cualidad orgánica del textil, pero se preocupan por la sustentabilidad las mismas mediante el cultivo de ellas. Es decir, la calidad que presenta el textil artesanal es realmente elevada por todas las consideraciones que se otorgan en el proceso, los cuales requieren ante todo lapsos de tiempo muy largos, la congruencia que guarda con nuestra investigación influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la Ciudad de Chachapoyas es que en el ámbito de estudio que se ha realizado nuestra investigación preserva los diseños ancestrales la Cultura Chachapoyas, pero en cuanto al proceso de elaboración los productos artesanales textiles los artesanos de la Ciudad de Chachapoyas están perdiendo la costumbre de realizar en su totalidad los productos naturales tales como: (lana de oveja, algodón, teñidos naturales, entre otros), utilizando productos industrializados, la razón principal es que ciertos insumos les disminuye costos, tiempo y les maximiza ganancias. Asimismo López. J. (2008) desarrolló la investigación denominada “Estudio de Competitividad del Sector Tejidos Artesanales de Nobsa - Colombia”. Llegando a las conclusiones que es importante tener en cuenta desde los empleados las personas que lo realizan hasta la comercialización, la gran mayoría de los artesanos del municipio son microempresas que por naturaleza son familiares y tiene muy poca afinidad con conceptos empresariales como son el manejo de prácticas que le permitan estar en mejoramiento continuo, el mercado de los tejidos artesanales del municipio, que aunque se ha convertido de algunos años

en destino turístico artesanal de Boyacá no tiene el nivel de ventas esperado, en grandes cantidades y a diversidad de clientes, la situación del sector en la actualidad no es la mejor, los artesanos compiten por no perder ventas, tan solo unos pocos se interesan por incrementar sus ventas en otros mercados y por crecer empresarialmente estos artesanos saben de los requerimientos de sus clientes, saben que es importante crear nuevos diseños y exclusivos que permitan alcanzar la ventaja competitiva que se busca con la implantación de esta estrategia. Nuestra investigación de la influencia de la artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas determino que los propietarios de las tiendas artesanales textiles ofrecen sus productos artesanales que son realizados por artesanos aledaños a la ciudad de Chachapoyas, los cuales son los creadores de la iconografía que se plasma en los diferentes telares. La gran mayoría de artesanos no se encuentran inscritos en el registro de Artesanos de la Dircetur –Amazonas, ocasionado una desventaja en apoyo por parte de las entidades públicas y privadas ya que si no se encuentran registrados no perciben ningún apoyo. Esto ocasiona que la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas no tenga canales de comercialización, no cuenta con una marca y con los respectivos estándares de calidad. Según la investigación de Medina. J. (2012) desarrolló la investigación denominada “Análisis de los Factores Internos de la Oferta Exportable de Artesanía Textil para el Ingreso a los Mercados Internacionales, Región Puno - Período 2012”, en donde hace una análisis sobre los productos que se expenden y es aquí donde se aprecia el desnivel de competencia las empresas que venden artesanía y el porcentaje de exportación es un 40.9% y que Estados Unidos es el primer País destino de la artesanía textil seguido de otro países como Japón, Reino Unido, Alemania y Francia. En relación con nuestra investigación Influencia de la Artesanía Textil en el Desarrollo de la Actividad Turística, según nuestro diagnóstico situacional de la ciudad de Chachapoyas existe un desnivel de competencia en relación a las empresas que venden artesanía con los propios artesanos, ya que en la actualidad la artesanía textil de Chachapoyas no es exportada. El desnivel de competencia que se observa en el mercado artesano de Chachapoyas es que los propietarios de las tiendas artesanales son los que económicamente se favorecen mucho más que los artesanos quienes son los creadores de los diseños textiles, esto se refleja en el precio que compran los propietarios a los artesanos que son muy bajos a comparación del precio de

venta que ofrecen los propietarios a los turistas. Esto sucede porque muchos de los artesanos no se encuentran capacitados y no tienen conocimiento de costos, por esta razón muchos de ellos no llegan a realizar el sueño de poner en marcha su propia empresa. Es por eso que como investigadoras de la tesis influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la Ciudad de Chachapoyas tomamos en cuenta la creación y el lanzamiento de una marca que identifique la artesanía de la Ciudad como una herramienta para diversificar la oferta turística posicionando a la artesanía como un producto complementario al turismo enfocándonos a ser un destino competitivo en el rubro artesanal tal como se aprecian los resultados de las regiones que han apostado por desarrollar a la artesanía como un complemento del desarrollo turístico, estamos convencidas que este aporte que dará nuestra investigación será de gran importancia y ayudara a mejorar la comercialización y posicionamiento de los productos artesanales textiles oriundos de la Ciudad de Chachapoyas.

LOZANO. J. (2009) desarrolló la investigación denominada “Impacto Socioeconómico de la Artesanía Textil en el Desarrollo del Distrito Inguilpata 2008”. La cual realiza un diagnóstico donde concluye que la artesanía textil es una de las actividades más tradicionales del distrito de Inguilpata, se ha desarrollado de tal manera que a veces permitía un ingreso mínimo para las artesanas, por lo que es una actividad, complementaria a las actividades agrícolas y ganadera, además cuando se realizaba la venta, no consideraba el costo real de la materia prima, mano de obra, ni mucho menos utilidad alguna. Esta problemática también se relaciona con nuestra investigación “Influencia de la Artesanía Textil en el Desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Chachapoyas”, la cual en su diagnóstico situacional también concluye que la Artesanía Textil es una de las actividades tradicionales de la ciudad de Chachapoyas y que hasta el día de hoy se está manteniendo como una actividad complementaria para sus ingresos económicos. Se discrepa en cuanto al costo de producción porque al momento de la venta la artesanía los propietarios de las tiendas artesanales textiles de Chachapoyas venden el producto con sus costos, mano de obra y ganancia. La artesanía textil de Inguilpata no incluye sus costos en el precio de venta. Además en su mayoría la artesanía textil de la Ciudad de

Chachapoyas su fin es netamente turístico a comparación de la artesanía de Inguilpita, claro está que son los propietarios el cual tienen este fin, porque en su mayoría los artesanos creadores de los objetos artesanales realizan esta actividad como un ingreso económico complementario a sus actividades principales.

CAPITULO X
CONCLUSIONES

X. CONCLUSIONES

- Se concluye que la actividad económica de la Artesanía textil de la Ciudad de Chachapoyas no tiene una influencia significativa en el turismo, debido a presentarse actualmente como una actividad complementaria para su óptimo desarrollo, siendo los visitantes los que adquieren objetos textiles como recuerdo de su visita a la ciudad de Chachapoyas, siendo un impacto limitado para la creación de puestos de trabajos en esta actividad tanto como productores como comercializadores.
- La práctica expresada en la producción y comercialización de la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas es un elemento importante culturalmente ya que genera identidad cultural a través de las representaciones gráficas que se diseñan y se plasman en los objetivos textiles, que están basados principalmente en los iconos representativos de la Región Amazonas basados en nuestro patrimonio natural y cultural destacando los expresados en la cultura Chachapoya.
- El ente rector de la actividad turística en nuestra región, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Amazonas carece de un correcto registro de inscripción de los artesanos en general y con ello los artesanos textiles, conllevando a una falta de identificación para un trabajo de capacitación y promoción de esta actividad; por ello un postergación en la atención a este importante sector.
- Los artesanos textiles que utilizan productos ecológicos para su elaboración de la artesanía textil tienen ventaja en cuanto a los precios, ya que de estos productos su duración es más prolongada y de mejor calidad, logrando tener mayor aceptación en el mercado por la tendencia basada en la adquisición de productos ecológicos y por la contribución al cuidado del medio ambiente.

- De nuestra investigación se concluye que es necesario la elaboración de una marca que identifique el diseño de la artesanía textil que está basada en la Cultura Chachapoyas, lo cual se afirma que la utilización de estrategias de promoción ayudara a mejorar la comercialización, promoción y difusión de los productos artesanales textiles de la Ciudad de Chachapoyas.

CAPITULO XI
RECOMENDACIONES

XI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a las Instituciones públicas como el gobierno regional Amazonas, la Municipalidad Distrital de Chachapoyas, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo realizar investigación, estudios de mercado para poder trabajar con las asociación de artesanos de Chachapoyas y enfocarse al tipo de segmento que arroje la investigación, planes de promoción y difusión, para el apoyo a los artesanos textiles de la venta de sus productos artesanales y el reconocimiento de los mismos a nivel regional y nacional. Asimismo organizar capacitaciones con temas específicos como las técnicas de tejido, atención al cliente y costos; esto ayudara a los artesanos textiles a mejorar su calidad de trabajo y saber calcular sus costos para obtener sus ganancias.

De la misma manera seria importante, fomentar e incrementar la identidad cultural a través de capacitaciones con temas : identidad cultural, que ellos mismos definan el valor de cada producto artesanal que está elaborado en base a la cultura Chachapoya, de esta manera se darán cuenta que sus trabajos en base a su cultura y tradición es lo más importante, pues es necesario que los pobladores artesanos conozcan el gran potencial que tienen en sus manos, ya que ellos son los protagonistas de su realización como personas emprendedoras, que contribuyen al desarrollo de la actividad turística.

Las instituciones educativas inicial, primaria, secundaria, la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas deben comprometerse con la educación cultural y concientizar a los alumnos por medio de Charlas, videos, acerca de la preservación de los tejidos tradicionales, pues esto ayudará al desarrollo turístico y socioeconómico, de la misma manera apoyar a la población de la ciudad de Chachapoyas con talleres de capacitación y hacerlos participes para que puedan interactuar y conocer a fondo su cultura y lo que gracias a ello obtienen, estos talleres también indirectamente ayudaran a enseñar a los pobladores a valorar más sus trabajos artesanales textiles.

A la asociación “los artesanos de Chachapoyas” a fortalecer la organización con planes, instrumentos de gestión, debidamente constituida para poder tener acceso a créditos y apoyo de organismos no gubernamentales y del Gobierno Regional Amazonas.

CAPITULO XII
BIBLIOGRAFIA

XII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

LIBROS

Baugh, G. (2011). *Manual de tejidos para Diseñadores de Moda*. Barcelona/ España: Parramon Ediciones S.A.

Más, A. (1995). *Microeconomic Theory*. Barcelona / España: Mcgraw - Hill.

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Mexico : Prentice Hall.

TESIS

Contreras. M. (2013), “*Diseño de nuevos productos con textil artesanal de Teotitlán del Valle, en coordinación con el Centro de Arte Textil Zapoteco Bii Daiüü*”- México. (Tesis de Ingeniería en Diseño) Universidad Tecnológica de Mixteca en Oaxaca.

López. J. (2008). “*Estudio De Competitividad Del Sector Tejidos Artesanales De Nobsa - Colombia*”. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional de Colombia. NOBSA.

Lozano. J. (2009). “*Impacto Socioeconómico De La Artesanía Textil En El Desarrollo Del Distrito Inguilpata 2008*”. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. INGUILPATA.

Medina. J. (2012). “*Análisis de los Factores Internos de la Oferta Exportable de Artesanía Textil para el Ingreso a los Mercados Internacionales, Región Puno - Período 2012*”. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional del Altiplano. PUNO.

Rios. A. (2012). “*Análisis De Su Potencial Industrial Y Propuesta Estratégica Para El Desarrollo De Su Línea Textil En La Ciudad De Lima - 2012*” (tesis de Maestría) Universidad Nacional Mayor de San Marcos. LIMA.

Rivera. G. (2012) “*Diagnóstico De La Problemática Del Desarrollo Del Arte Textil*” (tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Autónoma de México. MEXICO.

Perlacios. R. (2015), “*Análisis de la Producción de Artesanías en Tejidos a Punto en la Provincia de Melgar - 2014*” Puno. (Tesis de Ingeniero Economista) Universidad Nacional del Altiplano.

Tejedo. C. (2014). “*Artesanía Textil Como Estrategia Competitiva Para El Desarrollo Turístico Del Distrito De Magdalena Provincia De Chachapoyas - 2013*”. CHACHAPOYAS (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. MAGDALENA.

Villar. D. (2008) “*Artesanía en el Desarrollo Turístico de los Distritos de: Chachapoyas, Huancas, la Jalca y Levanto de la Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas, Perú. 2007 -2012*”. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. CHACHAPOYAS.

REVISTAS

Castejón, R. &. (2003). Introducción a la Economía para Turismo. *Prentice Hall*, 74 / 85.

Domingo, J. (2002). Mega Tendencias del Turismo en el tercer Milenio. *La Artesanía Textil*, 25.

Jafari, J. (2000). Enciclopedia del Turismo. *¿Qué es el arte de tejer?*, 77 - 79 / 80 /82/105.

SITIOS EN RED

Ramírez, Z. (20 de Marzo de 2011). *Teoría del Mercado*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de Teoría del Mercado:
<https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2016/03/u-4-04-0-temas-de-la-unidad-3-teoria-del-mercado.pdf>

MATERIALES LEGALES

➤ MINCETUR

ILey General del Artesano – 29073. 6 (2010)

➤ MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACHAPOYAS

Plan de Desarrollo Urbano – Chachapoyas, 2012

PAGINAS WEB

- www.promperu.gob.pe/ acceso el día 21 de abril de 2016 a horas 10.00 a.m.
- <http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml#ixzz4WbO7ng8K>// acceso el día 18 de enero de 2017 a horas 11:00 a.m.
- <http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml> l// acceso el día 18 de enero de 2017 a horas 12:00 a.m.

CAPITULO XIII
ANEXOS

XIII. ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS, PARA DETERMINAR LA “INFLUENCIA DE LA ARTESANIA TEXTIL EN EL DESARROLLO TURISTICO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS - 2015”

La presente encuesta es para determinar la influencia de la artesanía textil en el desarrollo turístico de la ciudad de Chachapoyas. Agradecemos de ante mano por brindarnos su tiempo. La información que usted nos brinde será confidencial, marcando las alternativas que usted crea conveniente.

Instrucciones: *Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un (x) la respuesta que Ud. Considere mejor a la realidad que se está estudiando.*

GENERO

EDAD

PROCEDENCIA.....OCUPACION.....

E. CIVIL.....

1. ¿Cuál es su principal motivo de visita a la ciudad de Chachapoyas?

- a) Turismo
- b) Negocios
- c) Visita a familiares
- d) Artesanía
- e) otros

2. ¿A adquirido Ud. Artesanía de la ciudad de Chachapoyas?

Sí

No

3. ¿Qué tipo de artesanía textil a adquirido Ud.?

- a) Llaveros
- b) Carteras
- c) Morrales
- d) Guantes
- e) Pulseras
- f) Otros

4. ¿Cómo lo califica Ud. A la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

5. ¿A logrado llegar con facilidad a las tiendas artesanales textiles?

Sí

No

6. ¿Cómo califica Ud. La atención que recibió al momento de adquirir el producto artesanal textil?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Mala

7. ¿Cree usted que el precio está a corde con la calidad del producto artesanal textil?

Sí

No

Porque

.....
.....
.....

8. ¿Identifica Ud. la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?

Sí

No

9. ¿En su lugar de procedencia se tiene conocimiento de la artesanía textil?

Sí

No

10. ¿Volvería Ud. A adquirir un producto artesanal textil?

Sí

No

11. ¿recomendaría usted la compra de productos artesanales textiles de la ciudad de Chachapoyas?

Sí

No

Porque.....

.....
.....

12. ¿Cree Ud. Que la artesanía textil genera motivos de visita a la ciudad de Chachapoyas?

Sí

No

Porque.....

.....
.....

13. ¿En qué cree Ud. Que debería de mejorar la artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?

Variedad
Tamaño

Colores
Precio

14. ¿Recomendaría Ud. La artesanía textil de la ciudad de Chachapoyas?

Sí

No

Porque.....
.....
.....

**FORMATO DE ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DE
ARTESANIA TEXTIL EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

NOMBRE DE LA EMPRESA:

.....

TIPO DE EMPRESA:.....

NOMBRE DEL REPRESENTANTE:.....

1. ¿Hace cuánto tiempo tiene usted su negocio?
2. ¿Para poner su negocio usted ha realizado algún tipo de estudio de mercado?
3. ¿Qué opina de la actividad turística en la ciudad de Chachapoyas?
4. ¿Cuáles son los productos que más se venden?
5. ¿Qué propondría usted para mejorar su producto artesanal?
6. ¿Cree usted como propietario que los precios de su producto está a acorde con la calidad del producto?
7. ¿Qué opina Ud. De las entidades públicas se involucran con la promoción y publicidad para el sector artesanía?
8. ¿A recibido Ud. Alguna capacitación por parte de las entidades públicas y/o privadas?
9. ¿Cuáles son sus estrategias de promoción para su producto artesanal?
10. ¿Quiénes son sus proveedores de los productos artesanales textiles?
11. ¿Considera Ud. Que con el incremento de turistas se incrementaría sus ventas? ¿Por qué?

**FORMATO DE ENTREVISTA A LOS ARTESANOS TEXTILES DE LA CIUDAD DE
CHACHAPOYAS**

NOMBRE DEL ARTESANO (A):

EDAD:.....

1. ¿Cuántos años lleva Ud. Realizando productos artesanales textiles?
2. ¿Qué técnicas utiliza Ud. para diseñar los productos artesanales?
3. ¿De quién aprendió las técnicas de tejeduría del arte textil?
4. ¿A recibido Ud. Alguna capacitación por parte de las entidades públicas y/o privadas relacionadas al sector artesanal?
5. ¿Qué insumos y materiales utiliza para la realización de los productos artesanales? y ¿Dónde los adquiere?
6. ¿Qué tipo de productos artesanales textiles realiza?
7. ¿Qué tiempo demora para la realización de los objetos artesanales?
8. ¿para la elaboración de los productos artesanales con cuantas personas cuenta de apoyo?
9. ¿Cuál es el producto textil que le es más comerciable?
10. ¿Cuál es el precio de venta de los productos artesanales textiles?

Anexo N° 1.- Entrevista a los propietarios de las tiendas artesanales de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 2.- Visita a las tiendas artesanales de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 3.- Entrevista a los propietarios de las tiendas artesanales textiles de la Ciudad de Chachapoyas.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 4.- Entrevista a los propietarios de las tiendas artesanales textiles de la Ciudad de Chachapoyas.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 5.- Entrevista con los artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 6.- Entrevista con los artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 7.- Entrevista con los artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 8.- Entrevista con el presidente de la Asociación los artesanos de la Ciudad de Chachapoyas.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 9.- Realización de las encuestas con los turistas Nacionales e Internacionales.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 10.- Realización de las encuestas con los turistas Nacionales e Internacionales.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 11.- Realización de las encuestas con los turistas Nacionales e Internacionales.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 12.- Realización de las encuestas con los turistas Nacionales e Internacionales.



Fuente: Toma personal

Anexo N° 13: Mochila mediana elaborada por artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas elaborada con lana de oveja



Fuente: Toma personal

Anexo n° 14: Morral mediano elaborado por artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas elaborada con lana de oveja



Fuente: Toma personal

Anexo N° 15: Brazaletes elaborados por artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 16: Cofres decorativos elaborados por artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 17: Porta cosméticos elaborados por artesanos textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 18: Carteras elaboradas por las artesanas textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 19: Bolsos elaborados por las artesanas textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 20: Bolsos elaboradas por las artesanas textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 21: Fundas de almohadas decorativas para sofá elaboradas por las artesanas textiles de la Ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal

Anexo N° 22: Encuesta a los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Toma personal