

Factores competitivos internos en la elaboración de prendas de vestir en punto de cruz de Teabo Yucatán

Yulica Beatriz Angulo Castillo¹

María Antonia Morales González²

Guillermina Marisol Puc Ibarra³

Resumen

La competitividad es la capacidad que posee una empresa para posicionarse como la mejor en un mercado. Para ello, se necesita que los factores internos con los que cuenta la empresa sean identificados y potencializados. Relacionado con esto, esta investigación tiene como objetivo presentar un análisis sobre la influencia de los factores tecnología, innovación y calidad, en la competitividad de los artesanos que elaboran prendas de vestir bordadas con la técnica de punto de cruz en Teabo Yucatán. Debido a que estos artesanos cuentan con un gran potencial en la creación de sus prendas, mismas que han sido plagiadas por grandes diseñadores y vendidas en boutiques del estado a un precio mayor, del mismo modo, la puntada en punto de cruz ha sido imitada por máquinas industriales y vendidas como si fueran hechas a mano. Por lo que es necesario potencializar los factores competitivos para que los artesanos puedan competir contra las grandes empresas y poder posicionarse en el mercado.

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo, se entrevistaron 32 artesanos del municipio de Teabo, con un instrumento que consta de 4 apartados (22 reactivos), con la finalidad de conocer si los artesanos en el municipio de Teabo Yucatán, conocen los conceptos mencionados, así como también para conocer más a fondo su entorno competitivo. Se hallaron los siguientes resultados: El uso de la tecnología, ha sido una oportunidad de crecimiento para los artesanos para hacer frente a las demandas que día a día surgen en el mercado. El hecho de que los artesanos innoven les permite crecer en el mercado y ser competitivos. Y por último, para los artesanos de Teabo la calidad tanto del producto como del servicio es importante. De manera general se concluye que los tres factores mencionados influyen directamente en la competitividad de los artesanos, más en estas circunstancias derivadas de la pandemia ocasionada por el COVID-19.

Conceptos clave: Calidad, Innovación, Tecnología

Introducción

Las empresas al ser competitivas contribuyen al desarrollo y a la economía del país. Esto, se puede lograr si dicho país cuenta con un nivel adecuado de capital humano. Porter (2017), sostiene que las empresas deben innovar y mejorar continuamente, los países deben encontrar su ventaja competitiva a través de estrategias correctamente formuladas y

¹ Licenciada, Tecnológico Nacional de México/ I. T. Mérida, mg20080796@merida.tecnm.mx

² Doctora, Tecnológico Nacional de México/ I. T. Mérida, maria.mg@merida.tecnm.mx

³ Maestra, Tecnológico Nacional de México/ I. T. Mérida, marisol.pi@merida.tecnm.mx

ejecutadas para determinar el éxito competitivo en el mercado, del mismo modo los factores competitivos con los que las empresas cuentan son importantes para que puedan mantenerse en el mercado.

De acuerdo con García (2016), existen factores que se deben considerar para impulsar la comercialización en especial la comercialización de las artesanías como pueden ser: la innovación, la competitividad, la calidad, la disponibilidad y la variedad de productos, todo eso con el fin de hacer frente a la globalización que está presente en todos los lugares y de ese modo las microempresas artesanales puedan ser competitivas.

El bordado de punto de cruz en el Municipio de Teabo, cuenta con un gran potencial, a pesar de que la mayoría de los artesanos no cuentan con la infraestructura o capital para invertir en capacitación para tener las bases que les permitan competir contra las cadenas comerciales o negocios más grandes. Este problema se ve mucho más grave debido al incremento en la oferta de prendas bordadas con máquinas industriales, que están imitando la puntada de cruz tanto de fabricación local como extranjera y que se encuentran distribuidas en muchas tiendas o boutiques del estado, vendiéndose como si fueran hechas a mano, las cuales demeritan el trabajo que realizan las manos de los artesanos del estado. Por lo que es necesario se identifiquen y potencialicen los factores competitivos para que los artesanos puedan competir contra las grandes empresas.

No obstante, en el estado de Yucatán, son mujeres y hombres los que producen en sus hogares, en las localidades rurales del sur del estado prendas bordadas en punto de cruz (Méndez y Ávila, 2018). Teabo es una de las poblaciones ubicadas al sur del estado y es considerada la capital del Punto de Cruz; tiene aproximadamente 1200 artesanos que realizan la actividad artesanal, sin embargo, aún falta impulso al trabajo artesanal que se realiza en el municipio. Rubio y Aragón (2008), afirman que en las empresas existen factores que determinan en gran medida la rentabilidad y permanencia; entre los factores más estudiados se encuentran los recursos tecnológicos, la innovación, los recursos comerciales, la calidad del producto o servicio, la dirección de los recursos humanos, la capacidad del directivo para gestionar la empresa y la cultura organizacional. Este artículo tiene como objetivo presentar un análisis de la influencia de tres factores identificados para esta investigación, en la competitividad de los artesanos que elaboran prendas de vestir bordadas con la técnica de punto de cruz en Teabo Yucatán, los cuales son: la tecnología, la innovación y la calidad.

Elementos del marco teórico

Competitividad

Desde el punto de vista de Porter (2017), la competitividad de una nación en primera instancia depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar día con día. Las empresas logran tener una ventaja competitiva dentro los mejores competidores teniendo presiones y haciendo frente a los retos. Las empresas se favorecen al tener fuertes rivales nacionales, así como proveedores que radiquen en el país y la presencia de clientes nacionales. Sánchez, Vázquez y Mejía (2017), definen la competitividad como una variable que se relaciona con la formación empresarial que pueden ser: administrativas, laborales y productivas. Es un término que se relaciona, frecuentemente con la estrategia, lo cual es

adecuado si se tiene en cuenta que el éxito de la misma se relaciona directamente con la forma en que se utilizan las capacidades competitivas para permanecer y crecer en el mercado (Monterroso, 2016).

No existe una definición única para este concepto, es por ello que se desarrollan una serie de definiciones para ampliar el significado desde distintos enfoques. Una de ellas la define como “la capacidad de competir, la cual se puede referir a países, empresas, sectores industriales e incluso a las personas” (Restrepo y Londoño, 2003:2) En este sentido se puede definir como la capacidad de generar la mayor satisfacción entre las organizaciones. Para que una empresa sea realmente competitiva, el mercado en el que mantiene su posición tiene que ser abierto y razonablemente competido (Ibáñez *et al.*, 2015).

Ventaja Competitiva

Según Porter (2002), la ventaja competitiva es un aspecto muy importante en el desempeño en los mercados competitivos. Sin embargo, muchas compañías pierden de vista la ventaja competitiva en su afán de crecer y de diversificarse. La ventaja competitiva emana del valor que una compañía logra establecer para sus clientes. Esta ventaja puede traducirse en precios más bajos que los de los competidores o por ofrecer beneficios especiales.

Cadena de valor

Para analizar la ventaja competitiva se necesita examinar todas las actividades que realizan las empresas y su manera de interactuar con los clientes y el mercado. Porter (2002), menciona la cadena de valor como la herramienta básica para analizar la ventaja competitiva, esta cadena permite clasificar las actividades estratégicas de las compañías, con el fin de tomar las decisiones correctas. El único modo de mantener una ventaja competitiva es mejorar día con día (Porter, 2017).

Factores competitivos internos

Los factores internos forman parte de la estructura de una empresa e influyen de forma precisa en el logro de los objetivos. Para esta investigación se estudiaron tres factores competitivos, identificados en los artesanos que elaboran prendas en punto de cruz en el municipio de Teabo.

Tecnología

Como afirman Hill y Jones (2009), la llegada de una nueva tecnología se puede ver como una oportunidad que se le da a las compañías para desarrollar nuevas estrategias comerciales para consolidar una industria y hacer frente a las situaciones que se viven hoy en día. La tecnología es una herramienta imprescindible que puede utilizarse en diferentes actividades, permite a los consumidores obtener la información deseada y realizar actividades en el menor tiempo posible y a menor costo, como en los negocios digitales. Para Delgado y Simao (2015), la existencia de nuevas economías es gracias al resultado de una alta inversión en

tecnología relacionada con las nuevas formas de compra y venta de productos. En este sentido, la tecnología trae mejoras y valor para las organizaciones.

Desde que la tecnología existe ha sido muy importante para el hombre y se ha incrementado su uso ya que ayuda a desarrollar y facilitar la vida en muchos sentidos; pero nunca su relevancia ha sido tan grande como en la actualidad, pues se vive en una sociedad que ha puesto mucho énfasis en los medios de comunicación y en las herramientas de comunicación, al parecer más que en las personas (Trujillo, 2015).

Innovación

En un entorno cada vez más competitivo y cambiante, la innovación ha pasado de ser un elemento que marca la diferencia en el mercado, a una exigencia para la supervivencia entre las empresas, hoy en día la innovación ha constituido un elemento clave para la ventaja competitiva (Varela y Méndez, 2017). Una empresa puede lograr la ventaja competitiva a través de la innovación, una vez logrado esto, solo se puede mantener mediante la mejora continua (Porter, 2017).

Por otro lado Jiménez, Domínguez y Martínez (2015: 169) mencionan que “la innovación en artesanía no es una estrategia sino una variable que puede modificar la relación entre estrategia y competitividad”. Por lo anterior el desarrollo innovador depende de la definición de una estrategia adecuada para generar una ventaja competitiva. Desde la posición de Jiménez *et al.* (2015) la innovación en el sector artesanal es un proceso muy lento en comparación con la rapidez de cambios de otros sectores del mercado y el avance en el desarrollo tecnológico nacional e internacional, quedando el sector artesanal fuera de competencia con otro tipo de negocios.

En la mayoría de los negocios artesanales, los procesos de producción que llevan a cabo son antiguos, la mano de obra que se emplea, en general es de tipo familiar, lo que no permite obtener volúmenes suficientes de producción en comparación con las grandes industrias, todo lo anterior trae como consecuencia la participación en el mercado en pequeña escala.

Calidad

Dependiendo del ámbito de aplicación se pueden encontrar múltiples definiciones del término calidad. Este concepto ha avanzado en los últimos años y ha adquirido importancia ante los ojos de la sociedad.

Definir la calidad de un producto o servicio es algo complicado. Rincón (2001), considera que la calidad de un producto no es el resultado de la buena suerte, sino es el fruto del cumplimiento de todo un proceso específico de planificación. Conocer cuáles son las necesidades e intereses de los clientes es la parte más difícil del ciclo de la calidad.

Inicialmente se emplea el concepto de la calidad en el servicio como una herramienta para potencializar la competitividad, de forma que permite la supervivencia de estos micronegocios en el mercado cambiante.

La calidad percibida se da cuando los clientes califican la calidad de un producto o servicio con base en una variedad de señales informativas que el mercado presenta y lo asocian con el producto; algunas de estas señales son extrínsecas, que abarcan el precio, la imagen de la tienda, el entorno del servicio y la imagen de la marca (Guatzoón, Canto y Pereyra, 2018).

Además de la calidad del producto como tal, la calidad del servicio ha cobrado actualmente mucha importancia, siendo el enfoque más aceptado (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1993) el que afirma que tener calidad en el servicio consiste en igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio.

Metodología

Para esta investigación se elaboró una guía de entrevista que consta de 22 preguntas con el objetivo de conocer la influencia de la innovación, la tecnología y la calidad en la competitividad de los artesanos de Teabo Yucatán (ver cuadro 1). Dicho instrumento fue aplicado a 32 artesanos del municipio que trabajan de forma independiente, de forma familiar y como artesanos comerciantes.

Cuadro 1: Distribución de ítems del instrumento

Indicador	Número de preguntas
1) Estrategia competitiva	6
2) Innovación (primer factor)	6
3) Tecnología (segundo factor)	4
4) Calidad (tercer factor)	6

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede ver en el cuadro 1, la guía de entrevista abarca 4 apartados y son: estrategia competitiva, que se hizo con la finalidad de conocer si los artesanos en el municipio de Teabo Yucatán, conocen este concepto, así como también para conocer más a fondo su entorno competitivo. El apartado de Innovación, tuvo como finalidad saber si los artesanos ponen en práctica la innovación en sus procesos de producción. El apartado que abarca el factor Tecnología, tuvo como finalidad conocer qué herramientas tecnológicas utilizan los artesanos en la elaboración de prendas en punto de cruz. Por último, en el apartado de Calidad, se formularon las preguntas con el fin de conocer tanto la calidad del producto como del servicio que le dan los artesanos a sus clientes.

Resultados y discusión

Teabo está ubicado al sur del estado de Yucatán, en este municipio la actividad que realizan gran parte de los artesanos es la elaboración de prendas con la técnica de punto de cruz. Se estima según ha indicado la señora Y. Collí que “existen aproximadamente 1200 artesanos distribuidos en el municipio, los cuales utilizan la técnica de bordado en punto de cruz para adornar diversas prendas o artículos de uso común” (imagen 1) (comunicación personal, 9 de febrero del 2022), las cuales se mencionan a continuación:

1. Abanicos
2. Cubrebocas
3. Bolsas para dama
4. Blusas
5. Vestidos
6. Vasos
7. Rebozos
8. Llaveros
9. Prendas para niña
10. Hipiles
11. Ternos

Imagen 1. Prendas en punto de cruz



Fuente: Elaboración propia, con base en las entrevistas realizadas.

Según ha mencionado en entrevista la señora Yennifer Collí, encargada de enlace con los artesanos “En total existen 42 grupos artesanales distribuidos en todo el municipio de Teabo” de los cuales 32 se dedican a la elaboración de prendas tradicionales en punto de cruz, que va desde los ternos, que son la prenda representativa del estado de Yucatán usado en vaquerías o fiestas (ver imagen 2) hasta los llaveros. La presente investigación se centra específicamente en esos 32 grupos artesanales. Del mismo modo, mencionó que “la producción de prendas de vestir en punto de cruz en el municipio de Teabo se realiza de 3 maneras” (Y. Collí, comunicación personal, 9 de febrero del 2022):

1. Los artesanos que producen de manera independiente (Imagen 3)
2. Los artesanos que trabajan en familia (Imagen 4)
3. Los artesanos que dirigen pequeños talleres (Imagen 5)

Imagen 2. Prenda representativa del estado de Yucatán (Terno)



Fuente: Imagen tomada de la página social de la artesana Luz María.

Imagen 3. Artesano que produce de manera independiente



Fuente: Elaboración propia, con base en las entrevistas realizadas.

Imagen 4. Artesanos que producen en familia



Fuente: Elaboración propia, con base en las entrevistas realizadas.

Imagen 5. Artesanos que dirigen pequeños talleres



Fuente: Elaboración propia, con base en las entrevistas realizadas.

Como se puede notar en las imágenes anteriores el artesano independiente solamente cuenta con la materia prima básica para producir, a diferencia de los que dirigen los pequeños talleres que ven la actividad como un negocio y deciden invertir en instalaciones y materia prima que entregan a otros artesanos que trabajan para ellos. Estos microempresarios de los pequeños talleres, son considerados artesanos líderes o artesanos comerciantes en el municipio, debido a que tienen a su cargo a un grupo de artesanas costureras que les trabajan a cambio de un pago fijo, al mismo tiempo que obtienen una ganancia.

Los factores tecnología, innovación y calidad identificados para esta investigación influyen de manera distinta en la competitividad de los artesanos que elaboran prendas en punto de cruz en el municipio de Teabo. En los siguientes párrafos se detallan esos tres factores competitivos, tomando como referencia las tres maneras distintas de producir que se llevan a cabo en el municipio ya que el impacto es diferente.

Factor Tecnología

Actualmente, el implementar herramientas tecnológicas en las empresas es una necesidad estratégica, el mundo se ha estado actualizando con la tecnología, y con esto las empresas han sido beneficiadas porque se han vuelto más eficientes. El factor tecnología facilita mejorar las capacidades de las personas tanto en los procesos de producción como en procesos administrativos. En este sentido, el factor tecnología identificado en los artesanos de Teabo Yucatán que trabajan de manera independiente, es decir aquellos que producen desde una prenda en su domicilio y con la materia prima básica, no utilizan herramientas tecnológicas tanto para la producción de sus prendas en punto de cruz como para la venta (Imagen 6). Prueba de ello, es que realizan las ventas de forma directa con las personas, y llegan a más clientes mediante la recomendación de los mismos.

Por otro lado, para los artesanos que trabajan en familia, el uso del factor tecnología es más evidente en comparación con los artesanos que producen de manera independiente, aproximadamente el 50% de los artesanos que trabajan en familia han preferido utilizar herramientas tecnológicas para llevar a cabo sus ventas y eso los ha vuelto más eficientes. Han mejorado la forma de vender sus productos mediante la publicación de sus prendas en las redes sociales y a su vez han contactado a clientes de otros municipios inclusive fuera del país que les compran sus prendas.

Imagen 6. Artesano con la materia prima básica



Fuente: Elaboración propia, con base a las entrevistas realizadas.

Por otra parte, los artesanos comerciantes de los pequeños talleres, a través del uso de las herramientas tecnológicas han sido capaces de ampliar las capacidades con las que cuentan, y se han vuelto más eficientes, todos los artesanos comerciantes cuentan con equipos tecnológicos como son la computadora, el celular y el internet para llevar a cabo sus ventas. La baja escolaridad que tienen estos artesanos no ha sido impedimento para poder actualizarse.

El uso de la tecnología, ha sido una oportunidad de crecimiento para los artesanos para hacer frente a las demandas que día a día surgen en el mercado. El beneficio que los artesanos de Teabo han tenido al dejarse influenciar por el factor tecnología ha sido la gran facilidad de llegar a nuevos clientes por medio de las publicaciones en las redes sociales. En otras palabras, el factor tecnología no solamente es una herramienta para mejorar la eficacia en una empresa, sino que también crea oportunidad de crecimiento y de llegar a nuevos mercados. Todo lo anterior se relaciona con la competitividad porque ayuda a las empresas a posicionarse en el mercado.

Factor innovación

La innovación se da al aplicar nuevas ideas en los procesos de producción, crear nuevos productos y servicios, con la finalidad de ser competitivos en el mercado. En otras palabras, innovar es transformar un producto. En este sentido, la mayoría de los artesanos de Teabo se han visto en la necesidad de transformar sus productos, excepto los artesanos que trabajan de manera independiente, que aún implementan el uso de los colores tradicionales que usaban sus antepasados, es decir, no han aplicado el proceso de innovar y se mantienen con la misma tradición. De la misma manera lo conservan 4 de los 15 artesanos que trabajan de forma familiar, como afirma la artesana Meyli una artesana reconocida en el municipio “lo artesanal, es tradición y la tradición viene de nuestras abuelas, entonces lo que vendemos son prendas artesanales, el punto de cruz original, el matizado original...no voy a cambiar

mis colores porque eso me hace diferente a los otros artesanos” (M. Ucán, comunicación personal, 16 de marzo del 2022). Para los artesanos que trabajan de manera independiente el mantener lo tradicional es una característica que los distingue de las otras dos clasificaciones.

Son 11 familias restantes que han aplicado la innovación en la creación de sus prendas, se vieron en la necesidad de hacerle cambios a los modelos y modificaciones a sus creaciones para que de ese modo puedan venderlos, como por ejemplo un hipil fue transformado en mantel, con el bordado de una blusa implementaron la creación del cubrebocas, todo eso con la finalidad de llevar a cabo la venta de una manera más rápida y a un menor precio.

A diferencia de los anteriores, los artesanos comerciantes tienen como tarea ser novedosos día a día para hacer frente a la fuerte rivalidad y competencia que existe entre todos los artesanos del municipio de Teabo, y lo hacen mejorando el modelo de diseño y la combinación de colores del bordado, se han visto en la necesidad de ya no utilizar únicamente los colores tradicionales (matizado tradicional) sino que decidieron implementar los colores neón y los colores pastel así como también crear diseños ya no solamente de flores sino de personajes animados en la producción de sus prendas. Es muy importante la innovación en la competitividad, un ejemplo de ello es que, en los últimos 6 meses, la mayoría de los grupos artesanales han realizado cambios tanto en el producto, como en el proceso, así como también en la forma de organizarse para trabajar.

Los artesanos de las 3 maneras distintas de producir han implementado la innovación en sus procesos de producción, han cambiado el contar puntada por puntada por pintar el canevá (malla o red, que se utiliza para bordar diseños en punto de cruz) para su bordado posterior (imagen 7), esto mejora el tiempo de producción como lo afirma la propietaria de Diseños Clem “antes contábamos las crucecitas una por una, en ocasiones se nos olvidaba cuantas puntadas ya dimos y eso hace que se revuelva toda la costura... la teníamos que desbaratar, a veces un día invertido se pierde por un pequeño error” (L. Ucán, comunicación personal, 1 de marzo del 2022) como se puede notar el innovar la manera de producir les ha permitido ser más eficientes.

Imagen 7. Canevá pintado



Fuente: Elaboración propia, con base a las entrevistas realizadas.

Uno de los principales problemas que los artesanos de los 32 grupos artesanales enfrentan al tratar de innovar, es el plagio de sus prendas tanto por parte de grandes empresarios como también por los mismos artesanos del municipio, como lo ratifica la nieta de la pionera en punto de cruz, “los empresarios y mis compañeros artesanos de aquí del pueblo no ponen en práctica su propia creatividad y mejor copian mis ideas, subo mi creación al Facebook para poder venderlo, y en unos días los otros artesanos están haciendo lo mismo” (I. Caamal, comunicación personal, 16 de marzo del 2022).

Por otro lado dicho con palabras de la artesana Elsy “al innovar aparte que me roban el diseño, se necesita de inversión comprar encajes y es caro, eso aumenta el precio de la prenda” (E. May, comunicación personal, 11 de febrero del 2022) por tal situación los artesanos mencionan que corren el riesgo al innovar debido a que invierten recursos para comprar materia prima para estilizar la prenda y a la vez el proceso de innovación hace que el precio de la prenda final aumente y sea vendida un precio más elevado y por la situación que se vive hoy en día no es tan fácil venderla.

Con todo lo anterior se puede notar que innovar permite crecer en el mercado y ser competitivos. La innovación es necesaria hoy en día. Como se nota en párrafos anteriores, no todos los artesanos de Teabo Yucatán innovan de la misma manera, algunos de ellos se basan de las posibilidades y necesidades de sus clientes y del mercado cambiante.

Factor calidad

Los artesanos de Teabo hacen una división del factor calidad, la calidad del producto que elaboran y la calidad del servicio que les brindan a los clientes.

Una manera muy propia de que los artesanos verifican la calidad de la prenda es en la satisfacción del cliente al momento de hacer entrega de una prenda en punto de cruz. Los artesanos de las tres maneras distintas de producir son muy selectivos al momento de comprar material para la producción de las prendas, optan por comprar material de calidad, para ofrecerle al cliente un producto artesanal de calidad. Antes de entregar una prenda a sus clientes ésta pasa por un control de calidad propio de cada uno de ellos.

Los artesanos de las 3 formas de producción han recibido comentarios positivos respecto al trato que dan a los clientes, tanto por la responsabilidad que ellos adquieren ante los clientes, como la amabilidad y respeto que brindan para llevar a cabo una venta. Las tres maneras de producir no cuentan con un horario de venta, es decir, están a la disposición de atender durante todo el día todos los días a sus clientes.

Los artesanos de las 3 formas de producción brindan a sus clientes atención personalizada como afirma la artesana Guadalupe “El cliente llega con la idea y yo la perfecciono” (G. Fuentes, comunicación personal, 4 de mayo del 2022). Llegan clientes con distintas necesidades, y los artesanos han aprendido a personalizar las prendas de acuerdo al gusto de los clientes. Los artesanos, con base en su experiencia les ha funcionado dar ciertas recomendaciones y sugerencias a sus clientes para que la prenda al momento de ponérsela no tenga ningún detalle. Les recomiendan a sus clientes algún modelo en especial de acuerdo al evento que estos pretenden asistir, les sugieren colores de acuerdo a la hora del evento, tamaño de diseño en punto de cruz, así como el largo de la prenda. Por todo lo anterior se puede notar que la calidad tanto del producto como del servicio es importante para la competitividad.

Otro factor que se observó con base en las respuestas de los entrevistados que determinan la competitividad de los artesanos en el municipio de Teabo es el precio. Una prenda artesanal bien diseñada provoca que el cliente esté más predispuesto a llevar a cabo la compra del producto sin tomar cuenta el precio, por lo que aquí se afirma, el precio no es determinante y para ser competitivo en este aspecto los artesanos deben buscar diferentes maneras de reducir sus costos de producción como sería el realizar ellos mismos el trazo y armado de las prendas en lugar de pagarle a un tercero.

Conclusiones y recomendaciones

Los tres factores detallados en el apartado anterior tienen relación entre sí. A continuación, se presentan las conclusiones a las cuales se llegó al analizar las respuestas de los artesanos con base en la herramienta aplicada y se detalla por cada factor competitivo estudiado.

Como se mencionó en párrafos anteriores el factor tecnología facilita la mejora de las capacidades de las personas tanto en los procesos de producción como en procesos administrativos. En el caso de los artesanos de Teabo, el servicio de Internet, lo usan aquellos artesanos que producen de la forma familiar y los artesanos comerciantes. En comparación con años anteriores, las ventas de sus productos en punto de cruz solamente las hacían por recomendación entre clientes. Los artesanos de esas dos clasificaciones, el implementar el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación les ha generado que nuevos clientes conozcan sus creaciones y por consiguiente han mejorado las ventas. En tanto que, los artesanos que producen de forma independiente conservan la forma tradicional de vender sus productos.

Por último, para este factor, se concluye que la tecnología influye directamente en la competitividad de los artesanos porque permite a las empresas posicionarse en el mercado, más ahora que se convirtió en una herramienta para las ventas en línea y contrarrestar la baja en la demanda por la pandemia ocasionada por el COVID-19.

El innovar les da valor agregado a los productos, así como también a los procesos de producción. Por eso, se debe dejar en claro que la innovación es un componente indispensable para la competitividad de las empresas. En este sentido, las mejoras que llevan a cabo los artesanos de Teabo que trabajan en familia y los artesanos comerciantes del municipio, tanto en el proceso de producción de las prendas de punto de cruz como las mejoras que han realizado para trabajar, les han traído grandes beneficios, en comparación con los artesanos independientes que muy poco emplean el proceso de innovar, tanto que aún conservan las técnicas de combinación de colores como aprendieron desde el principio, y esta situación hace que estén en desventaja y no sean vistos como artesanos innovadores por los otros artesanos del mismo municipio.

Hasta cierto punto para mejorar las creaciones y dar valor agregado a los productos, la mayoría de los artesanos han implementado los nuevos diseños, la nueva combinación de colores y los nuevos colores de tela de temporada, para este factor, se concluye que la innovación influye directamente en la competitividad de los artesanos porque la innovación se refiere no solo a la creación de productos con mejores características en comparación con los existentes en el mercado, sino también al desarrollo de mejoras que sirvan para posicionarse en el mercado competitivo.

Algunas empresas consiguen obtener una ventaja competitiva en el mercado gracias a los altos niveles de estándares de calidad que se les aplican a los productos que realizan. En Teabo, los 25 grupos artesanales, 15 de la forma familiar y 10 artesanos comerciantes estudiados para esta investigación, siempre evalúan a sus proveedores en cuanto a calidad en los materiales, precio y variedad de materia prima. En contraste, los 7 artesanos independientes considerados poco competitivos por los mismos artesanos del municipio de Teabo, es notorio que tienen una menor preocupación por evaluar a los proveedores debido a la cantidad de compra que realizan que es menor a los artesanos de las otras clasificaciones. Así mismo, sus clientes son menos estrictos debido a que son sus familiares o conocidos.

En general, los artesanos entrevistados verifican que la prenda esté bien hecha y cumpla con las necesidades del cliente. Los 32 grupos artesanales entrevistados, para mejorar el servicio han procurado incrementar la comunicación con los clientes, así como las condiciones de entrega de los productos. En este factor, se concluye que la calidad influye directamente para que los artesanos de Teabo sean competitivos en el mercado debido a la diferenciación de sus productos con otros de la misma rama que están presentes en el mercado.

Recomendaciones

Después de llevar a cabo las entrevistas a los artesanos, conocer el municipio de Teabo, Yucatán y analizar a fondo la situación actual de los 32 grupos artesanales distribuidos en el municipio se recomienda lo siguiente:

1. La implementación de letreros publicitarios en el crucero cerca del municipio de Teabo: promocionando el bordado en punto de cruz que realizan los artesanos en las diversas prendas o artículos de uso común. El crucero, es un lugar estratégico, siendo una oportunidad porque transitan muchas personas que se dirigen hacia Chetumal Quintana Roo, Maní (Pueblo Mágico) y Tekit (Capital de la Guayabera), muchas de ellas desconocen las actividades artesanales que se llevan a cabo en el municipio, al implementar estos anuncios publicitarios invitan a la gente de paso a visitar Teabo; con esta propuesta tendría más incremento en la venta de los artesanos y a la vez mejoraría la economía del municipio.
2. La implementación de lonas publicitarias o rótulos publicitarios en cada uno de los domicilios de los 32 artesanos entrevistados: traería un impacto visual para las personas de paso, así como también se podría identificar donde están ubicados y la gente conocería los productos que se ofrecen en cada domicilio. Sería un modo de persuasión para nuevos clientes.
3. La creación de un parador turístico en el crucero de Teabo: por la ubicación del municipio es una oportunidad gestionar un espacio para el desarrollo turístico, donde se promocionen los productos artesanales que Teabo ofrece para llegar a más personas, esto generaría fuentes de empleo y el incremento en las ventas que llevan a cabo los artesanos.
4. Por medio del Ayuntamiento, hacer convenios de apoyo económico con los artesanos que no cuentan con el recurso económico para comprar su materia prima y poder

producir, por ese medio los incentiven a continuar en la actividad artesanal y puedan comprar lo necesario para poder operar correctamente.

6. Por medio del Ayuntamiento, gestionar cursos de corte y confección: el 50% de los 32 grupos artesanales que existen en Teabo, no saben llevar a cabo el armado de las prendas que realizan, esto genera un gasto extra al buscar los servicios de un tercero. Los artesanos al dominar esta técnica, la ganancia que obtienen de sus ventas serían mayores.

Existen dos recomendaciones para futuras investigaciones:

Abordar otros municipios de Yucatán que realizan algún tipo de actividad artesanal como son los artesanos de Tahdziu, donde también realizan el bordado de punto de cruz, las hamacas del Municipio de Tixmehuac; así como también el bordado a mano en el municipio de Chacsinkin, todo esto para contribuir a que estos artesanos en zonas vulnerables sean conocidos por más personas, ya que en los municipios antes mencionados llevan a cabo dichas actividades, siendo fuente de empleo e ingresos para sus familias.

Referencias

- Hill, C. y Jones, G.** (2009). Administración estratégica. México: McGraw-Hill
- Porter, M.** (2002). Ventaja competitiva. México: Patria
- Porter, M.** (2009). Ser competitivo. Edición actualizada y aumentada. España. Deusto.
- Porter, M** (2017) Ser competitivo. Edición actualizada y aumentada. Novena edición. DEUSTO
- Delgado, M. y Simao J.** (2015). Empresa y tecnologías de la información: una mirada a Bolivia y América del Sur. Redalyc.org. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92438580006> [Accesado el 20 de enero de 2021]
- Guatzozón, M., Canto, A., & Ulibarri, H.** (2019). Contexto Actual de los micronegocios de artesanías de madera en la comisaría de Dzitya, Yucatàn. REAXION, 1
- Ibáñez, D., Cruz, B., Acevedo, J., Ruiz, A., Maldonado, J.** (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. Redalyc.org
- Jiménez, J., Domínguez, M., Martínez, C.** (2015). Estrategias de competitividad para impulsar la innovación del sector artesanal en comunidades del Estado de Hidalgo. Congreso internacional de investigación en ciencias administrativas. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a08.pdf> [Accesado el 20 de enero de 2021]
- Méndez, J. y Ávila, M.** (2018). Vista de Tejedoras, bordadoras y armadoras en Yucatán: nuevas y antiguas clases trabajo en casa. ÍCONOS Revista de Ciencias Sociales. Disponible en: <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/iconos/article/view/3417/2854> [Accesado el 28 de marzo de 2021]

- Monterroso, E.** 2016. Competitividad y Estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones, Revista del Departamento de Ciencias Sociales, Vol. 3 Nro. 3:4-26
- Restrepo, G., y Londoño G.** (2003). *Modelos de competitividad*. (2003). Facultad de Ingeniería, disponible en: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ingenieria/article/view/326420/20783701> [Accesado el 26 de febrero de 2021]
- Rincón, H.** (2001). Calidad, Productividad y Costos: Análisis de Relaciones entre estos Tres Conceptos. *Actualidad Contable Faces*, 4(4),49-61. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700405> [Accesado el 28 de junio de 2021]
- Rubio, A., Aragón, A.** (2008). *Recursos estratégicos en las pymes*. Universidad de Murcia. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/40885790_Recursos_estrategicos_en_las_PYMES [Accesado el 10 de diciembre de 2021]
- Sánchez, J., Vázquez, G., Mejía, J. (2017). La mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. Redalyc.org. Disponible en: <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=81852035008> [Accesado el 4 de mayo de 2021]
- Trujillo, L.** (2015). La tecnología como un ideal moral para el individuo. Redalyc.org. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005039> [Accesado el 7 de octubre de 2020]
- Varela, J., Méndez, J.** (2017). Relación entre factores administrativos e innovación. Redalyc.org. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20654574003> [Accesado el 19 de octubre de 2020]
- García de Ochoa Víctor** (2016). FONART y la comercialización de Artesanías en México, disponible en: http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1694/1/FONART%20y%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20artesan%C3%ADas%20en%20M%C3%A9xico_V%C3%ADctor%20Garc%C3%ADa%20de%20Ochoa.pdf (Accesado el 14 de julio del 2021)

