



Universidad Siglo 21

Trabajo Final de Grado: Manuscrito Científico

Lic. En Diseño de Indumentaria y Textil

Desafíos y oportunidades en la producción y comercialización de hilados textiles en  
San Antonio de los Cobres

Alumna: Charo Lencina

Legajo: IND01668

Tutora: Ana Cubeiro

Fecha: 30/06/2024

## Índice

Resumen .....	3
Abstract.....	4
Introducción.....	5
Métodos .....	25
2. Participantes .....	25
3. Instrumentos .....	25
4. Análisis de datos.....	26
Variable 1: La subsistencia económica de la actividad del comercio de hilados de camélidos.....	26
Variable 2: Hábitos de consumo.....	27
Variable 3. Métodos de comercialización .....	28
Variable 4. Apoyo gubernamental.....	28
Resultados.....	30
Discusión .....	39
Fortalezas del estudio.....	44
Limitaciones del Estudio .....	45
Futuras líneas de Investigación.....	45
Referencias Bibliográficas.....	47
ANEXO 1 .....	51
PREGUNTAS DE ENTREVISTAS POR GRUPO DE VARIABLES .....	51

**"Desafíos y oportunidades en la producción y comercialización de hilados textiles en San Antonio de los Cobres: un enfoque exploratorio desde la perspectiva de los comerciantes locales"**

**Resumen**

La investigación se centra en identificar las principales barreras que enfrentan las artesanas de San Antonio de Los Cobres (SAC), provincia de Salta, en la producción y comercialización de productos de hilado textil. Se plantea como hipótesis central que la población en comunidades rurales alejadas enfrenta dificultades en el acceso a capacitación técnica, asistencia financiera y mercados de comercialización. Además, la falta de infraestructura adecuada para el procesamiento y almacenamiento de la lana, así como la limitada conectividad con centros urbanos, obstaculizan la distribución y venta de productos textiles. A través de este estudio, se busca comprender los desafíos actuales de los tejidos productivos periféricos de Argentina, para avanzar hacia la propuesta de estrategias que potencien la economía local de SAC y promuevan el desarrollo sostenible de la región.

Palabras clave: San Antonio de los Cobres – Hilados de camélidos – Economía – Subsistencia – Sostenibilidad

**Abstract**

The research focuses on identifying the main barriers faced by craftswomen in San Antonio de Los Cobres (SAC), Salta province, in the production and marketing of textile yarn products. The central hypothesis is that the population in remote rural communities faces difficulties in accessing technical training, financial assistance, and marketing channels. Additionally, the lack of adequate infrastructure for processing and storing wool, as well as limited connectivity with urban centers, hinders the distribution and sale of textile products. Through this study, the aim is to understand the current challenges of peripheral productive fabrics in Argentina, to advance towards proposing strategies that enhance the local economy of SAC and promote the sustainable development of the region.

**Keywords:** San Antonio de Los Cobres – Camelid Yarns – Economy – Subsistence – Sustainability

## **Introducción**

En la región de San Antonio de los Cobres (SAC) muchas familias se enfrentan a distintas dificultades para comercializar sus lanas. Factores que incluyen el encontrarse alejados de los centros regionales, la falta de unos mercados formales que sean apoyados desde el gobierno municipal y los reducidos márgenes de ganancia. En San Antonio de los Cobres no existen mercados formales ni ferias regionales organizadas, a diferencia de otras áreas de la Puna argentina y los Andes, lo que complica aún más el poder vender sus productos (Abeledo, 2017).

San Antonio de los Cobres (SAC) cuenta con una población total de 5.814 habitantes, según los datos brindados por la página oficial del gobierno de Salta (2023). Durante el período interanual 2022-2023 el crecimiento poblacional en el Departamento ha sido del 8%, cifra inferior al promedio de crecimiento porcentual de la provincia, que alcanzó el 13% (X). Es relevante destacar que las localidades que forman parte del departamento han experimentado variaciones significativas en su población en este último período intercensal. Mientras que las zonas rurales han experimentado una disminución poblacional, San Antonio de los Cobres ha experimentado un crecimiento notable, cercano al porcentaje promedio de Salta.

Históricamente, los habitantes de SAC, al igual que otras comunidades en Argentina, se sustentaban principalmente a través de lo que podían producir en sus tierras, y mediante del sistema de trueque podían vender de sus productos de manera limitada, por bienes básicos como la sal, la carne de ganado y los tejidos. Esta modalidad comercial conllevaba que personas y animales debieran desplazarse en “caravanas” desde las regiones altiplánicas hacia los valles, que al más concurridos representaban mejores oportunidades para poder

intercambiar sus productos en ferias. Si bien estas prácticas perdieron relevancia, aún existe una parte menor de la economía de las comunidades indígenas basada en la ganadería de carácter extensiva y la venta local de sus productos.

Los conocidos como “pastores” que se encuentran en la región de la Puna de Salta, una zona de las tierras altas andinas que ha sido considerada marginal, despoblada y de poco interés para el desarrollo de la economía del país. Sin embargo, diferentes planes estratégicos se han desarrollado a nivel nacional como provincial con el objetivo de alcanzar a estas comunidades y que puedan integrarse al tejido productivo nacional.

Dentro de esos esfuerzos el municipio de SAC presentó su primer Plan Estratégico Territorial en el año 2017, con el objetivo de mostrarse como una unidad territorial en crecimiento y con potencial de avanzar hacia una inserción económica profunda en consonancia con los objetivos de la Provincia de Salta.

En el contexto del sistema económico de San Antonio de los Cobres, los trabajadores se organizan en siete principales ramas<sup>1</sup> de actividad económica, las cuales están definidas según diferentes unidades territoriales. En lo referente al sector primario, la mayoría de la

---

<sup>1</sup> Estas ramas incluyen:

1. Sector Primario: Engloba actividades como la agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca y la explotación de minas y canteras.
2. Industria manufacturera (Sector Secundario).
3. Construcción y Suministros: Incluye la construcción, suministro de agua, alcantarillado, gestión de desechos, actividades de saneamiento, así como el suministro de electricidad y gas.
4. Comercio, Hoteles y Restaurantes: Implica actividades comerciales, reparación de vehículos, servicios de alojamiento y alimentación.
5. Servicios empresariales: Engloba el transporte y almacenamiento, comunicaciones e información, actividades financieras y de seguros, actividades inmobiliarias, profesionales, científicas y técnicas, así como actividades administrativas y de apoyo.
6. Salud y Educación: Incluye actividades relacionadas con la enseñanza y la atención médica.
7. Servicios sociales y Administración Pública: Cubre actividades relacionadas con la defensa, las artes y el entretenimiento, otros servicios sociales y actividades de hogares como empleadores de personal doméstico, además de actividades de organizaciones extraterritoriales.

cría de animales se destina al consumo local, abarcando ganado menor y camélidos, y está casi exclusivamente reservada para aquellos que residen en áreas rurales, próximos a humedales o zonas con pasturas.

El método de cría utilizado es principalmente el pastoreo extensivo, restringido a áreas con pastizales disponibles, siendo las vegas los lugares privilegiados para esta actividad. Como se mencionó, la cría de llamas se lleva a cabo principalmente para el autoconsumo y tiene lugar en áreas periféricas al centro urbano de SAC, conocidas localmente como "el campo", donde los residentes aprovechan la lana, el cuero y la carne de estos animales.

**Grafico 1. Ubicación geográfica de San Antonio de los Cobres**



Fuente: Google Maps (2024)

Las problemáticas que se detallaran en este trabajo se encuentran estrechamente vinculadas al desarrollo humano de la región y a cuestiones infraestructurales de la región. A continuación, algunos aspectos descriptivos que nos acercan más al epicentro del tema.

La ubicación geográfica de la provincia de Salta es en el Noroeste de Argentina, y se encuentra limitando al norte con la provincia de Jujuy y Bolivia, al este con Formosa, Chaco y Paraguay, al sur con las provincias de Tucumán, Catamarca y Santiago del Estero, y al Oeste con la Republica de Chile. Su extensión total es de 155.488km<sup>2</sup>, representando el 4% del territorio nacional.

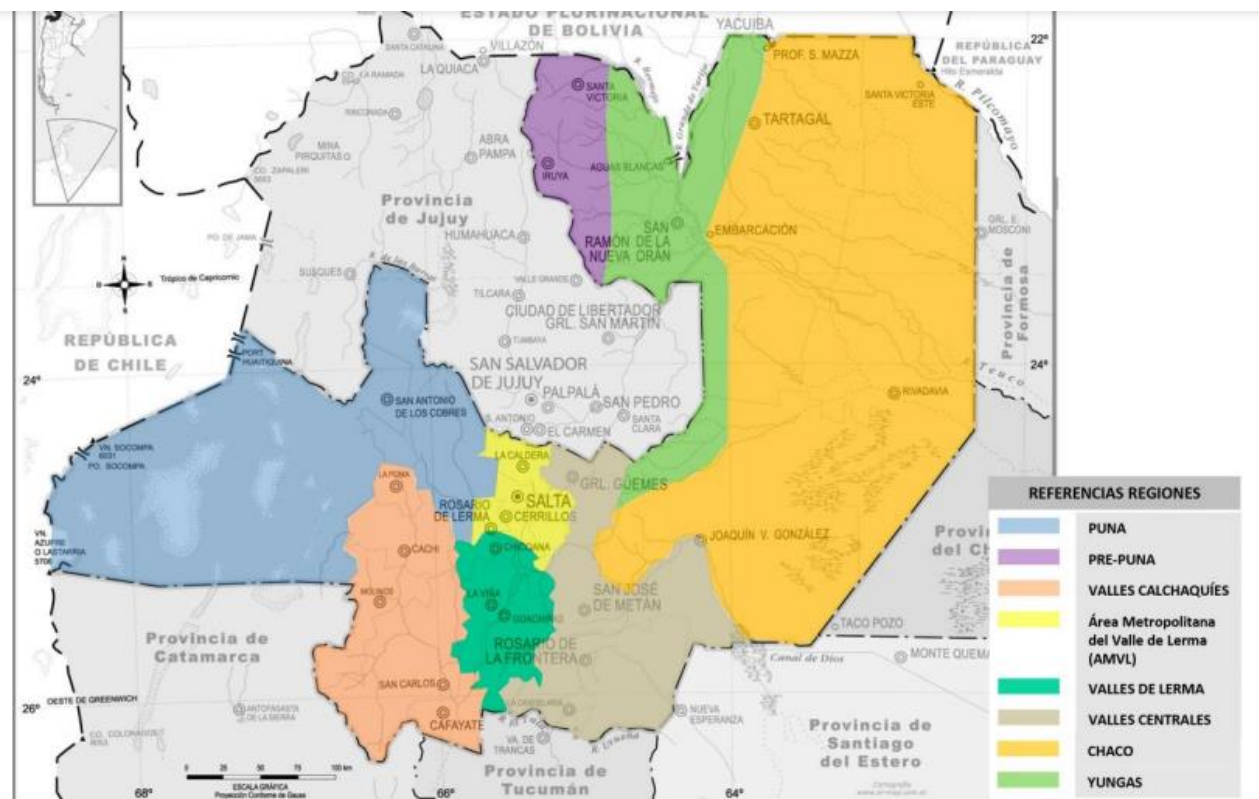
En los últimos treinta años, Salta experimentó un importante proceso de urbanización. Según datos del último censo nacional y de los datos recopilados por INDEC (2022) la proporción de población urbana pasó de ser el 80% en 2001 al 89% en 2020. A pesar de esto, la distribución entre población urbana y rural es particular en cada departamento; por ejemplo, mientras que el departamento de Salta Capital tiene un 99% de población urbana, otros departamentos tienen prácticamente el 100% de población rural (INDEC, 2022).

Las ciudades que pueden considerarse como principales en Salta presentan una diferencia considerable de tamaños y en su cercanía otras localidades más pequeñas, un patrón que se repite a lo largo de la provincia. En el último tiempo la región del NOA ha adquirido el carácter de Área Metropolitana por su evolución geo demográfica lo que llevó al mejoramiento de las actividades económicas y servicios, así como una mejor conectividad.

En relación a lo anterior, vale considerar que Salta está vinculada de forma directa con Jujuy en términos de vías de transporte, contribuyendo a la formación de un corredor entre las ciudades de ambas provincias, donde reside el 80% de la población combinada,

superando el millón y medio de habitantes. Además, la provincia mantiene conexión con Chile a través de la Ruta Nacional N° 51 y los Pasos de Sico y Socompa.

**Gráfico 2. Mapa por regiones de la provincia de Salta**



Fuente: Plan Estratégico Territorio de SAC (2017).

La ubicación de San Antonio de los Cobres es el núcleo de la denominada “Microrregión de la Puna”, caracterizada por una densidad poblacional baja y por la extrema aridez y gran altitud del territorio. Además, existen numerosos parajes y “caseríos” con población compuestas por pocas familias, así como pequeños emprendimientos de mineras temporales dispersas en el territorio. La RN51 es el eje vial principal, aunque solo está pavimentada en algunos tramos.

La alta tasa de desempleo en SAC denota los significativos niveles de población con necesidades básicas insatisfechas, algo que, sumado a su casi aislamiento geográfico, condiciones climáticas extremas con temperaturas que pueden llegar hasta los 20 grados bajo cero en invierno, y falta de apoyo estatal conforma barreras considerables para el desarrollo económico de la región. Por lo tanto, la región puneña, con su clima adverso, ha fomentado una sociedad cuya economía se basa prácticamente en la subsistencia, principalmente a través de las “uniones familiares” (varias familias que se unen para desarrollar una actividad económica en particular). Los datos del Censo Nacional de 2020 revelaron que solamente el 53% de la población de SAC tiene acceso a la red pública de saneamiento y desagüe cloacal, mientras que el 3% utiliza sistemas de cámara séptica y pozo para la eliminación de residuos. La localidad carece en la actualidad de plantas de tratamiento de aguas residuales, algo que redundaría en que los desechos cloacales no tratados sean descargados de forma directa en el Río San Antonio, al norte de la ciudad, generando altos niveles de contaminación.

En relación a la infraestructura y al sector de los servicios, San Antonio de los Cobres es de las ciudades con los mayores niveles disponibles en toda la microrregión. De forma específica se remarcan los buenos niveles de conexión a las redes de internet y una buena conectividad de telefonía y cableado en las comunicaciones. Sin embargo, en lo respectivo a tecnologías y maquinaria moderna es considerable la falta de la misma, condicionando la calidad de la producción, y la posibilidad de poder diversificar los tipos de productos textiles que se ofrecen.

A primera vista también es posible identificar la falta de una logística adecuada, algo que hace muy difícil el traslado de las materias primas y de productos terminados desde y hacia San Antonio de los Cobres. Esto termina significando retrasos para la entrega de los

insumos de trabajo y en dificultades para acceder a nuevos mercados, afectando de forma directa la competitividad.

Otro factor preliminar por considerar es la de dependencia regional del turismo para comercialización de bienes y servicios: la economía de SAC históricamente ha estado ligada al turismo, que representa la oportunidad para tener una fuente de ingresos con la venta de sus productos textiles. Los turistas que arriban a la región –especialmente a través del conocido Tren de las nubes- ven estos productos regionales con mucho entusiasmo, sin embargo, la dependencia del turismo es un problema puesto su carácter estacional del turismo y a las variaciones en el número de visitantes, una cuestión que afecta de forma directa la previsibilidad financiera de los comerciantes textiles locales. Por otra parte, la concentración exclusiva en un mercado estacional turístico limita la oportunidad de poder expandirse y diversificar hacia otros posibles mercados.

En el último tiempo, un hecho que trajo alegría a los pobladores de esta región, es que anunció la reubicación del conocido Parque Industrial en la zona norte de SAC, algo que abriría el camino hacia nuevos proyectos en la región y mejorar el acceso a servicios de la comunidad. Además, existe una próspera producción artesanal que incluye textiles y artículos de rocas talladas, como pómez y ónix, destinados a la venta a turistas y visitantes. Un ejemplo de esto es el Mercado Artesanal de la Puna, donde tanto entidades gubernamentales relacionadas con el turismo y el emprendimiento como artesanos locales ofrecen sus productos. Desde 2014, el mercado es contiene uno de los conocidos como Centros Regionales de Emprendedores (CRE), auspiciado por el gobierno provincial (InformatoSalta, 2013).

En la región son características las llamas con su distintiva marca de colores o "caravana", que se utiliza para identificar la propiedad, la cantidad de animales, etc. Este ganado podría convertirse en el más representativo para la actividad pecuaria de la zona con el apoyo económico y técnico adecuado. Su producción actual, destinada principalmente al autoconsumo y con una baja productividad, podría transformarse en una de alto rendimiento y convertirse en una de las principales actividades económicas para el municipio, especialmente debido al aumento de la demanda de productos andinos. Dado que este animal es nativo y está adaptado a la altitud, presenta un potencial significativo para el desarrollo económico local.

Los sistemas de producción de fibras son diversos; en algunos casos, los animales son esquilados periódicamente, mientras que, en otros, la fibra proviene de cueros de animales sacrificados para alimentación. En los mismos lugares donde se crían las llamas, también se pueden encontrar mulas, aunque en números muy reducidos.

El proceso de fabricación de hilos, desde la esquila hasta la obtención de productos finales listos para tejer, implica varias etapas, y los productores locales sienten que no se les paga un precio justo por el producto final debido al tiempo y esfuerzo involucrado.

El proceso completo, descrito por Cortez y Quiroga (2011), desde la recepción de la lana sin procesar hasta la obtención del hilo hilado, el top y el fieltro listos para su uso, se muestra en la Figura 3. Este proceso es similar tanto para la lana de oveja como para la fibra de llama.

1. Esquila: Este proceso consiste en extraer la lana mediante el corte del pelo de ovejas o llamas, y generalmente se lleva a cabo entre la primavera y el verano para evitar el viento

y el frío. Se realiza al aire libre, y el tiempo estimado por animal es de aproximadamente 10 minutos.

2. Clasificación: La lana se clasifica según su grosor y longitud, considerando la edad del animal, su color y la región del cuerpo. Esto produce dos tipos de lana: gruesa, utilizada para hilado, y fina, utilizada para fieltro.

3. Lavado: Este proceso tiene como objetivo separar cualquier elemento extraño de la lana sin procesar. Se pueden seguir tres métodos diferentes para el lavado, que van desde el uso de ceniza hasta el lavado con agua tibia y jabón.

4. Teñido: No todas las lanas se tiñen, pero cuando se hace, se utiliza una variedad de productos naturales como vegetales, minerales e insectos para obtener una amplia gama de colores.

5. Cardado: Esta etapa implica limpiar y alinear las fibras para producir una mecha o cinta.

6. Hilado: Aquí, las fibras se torsionan para formar el hilo con el grosor deseado.

7. Fieltrado: Se ejerce presión sobre las fibras para crear un material uniforme, utilizando agua caliente y jabón.

**Gráfico 3. Proceso de esquilado**



Fuente: Elaboración propia a partir de Cortez y Quiroga (2011)

Estas técnicas, dan una idea del trabajo, material y tiempo requeridos para obtener hilos de llama listos para la venta o para tejer. A pesar de lo anterior, vender por medio de intermediarios como “cooperativas” o “revendedores”, los productores de textiles no reciben una ganancia que podría denominarse como justa por su esfuerzo y tiempo invertidos en el proceso.

A partir de la introducción anterior se propone la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan los comerciantes de San Antonio de los Cobres en lo concerniente a la producción y comercialización de sus productos de hilado textil?

De dicho interrogante general se generan los siguientes interrogantes específicos:

1. ¿Qué tipo de condiciones climáticas y geográficas afectan la producción de hilado textil en San Antonio de los Cobres?
2. ¿Cómo los factores socioculturales influyen en las prácticas comerciales de los vendedores de hilado textil de camélidos en esta región?
3. ¿Qué estrategias utilizar los comerciantes para superar los desafíos en la producción y venta de sus productos?

Como hipótesis central se sostiene que la población en comunidades rurales alejadas tiene dificultades en el acceso a capacitación técnica, asistencia financiera y mercados de comercialización. Además, la falta de infraestructura adecuada para el procesamiento y almacenamiento de la lana, así como la limitada conectividad con centros urbanos, obstaculizan la distribución de los productos textiles.

En tal sentido, el objetivo de esta investigación es identificar las dificultades que enfrentan actualmente las artesanas de San Antonio de los Cobres en la producción y comercialización de productos de hilado textil de camélidos para generar propuestas que tiendan a mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades.

Los objetivos específicos por abordar comprenden

1. Describir los desafíos que enfrentan, conjuntamente a las estrategias adaptativas emplean, las artesanas de hilado textil de camélidos en San Antonio de los Cobres en relación con la producción y comercialización de sus productos

2. Analizar cómo estas dificultades restringen las posibilidades de mejora de los procesos productivos y de comercialización de la comunidad de SAC

3. Evaluar la efectividad de los programas públicos de capacitación y financiamiento a los que acceden los comerciantes en la comunidad

Para el logro de los objetivos planteados se proponen una serie de conceptos que buscan acompañar y mejorar el entendimiento del lector sobre el tema propuesto. Por lo tanto, el presente Marco Teórico pretende profundizar la comprensión de los fenómenos subyacentes a las prácticas de hilados de camélidos en la región de SAC.

Como se introdujo anteriormente, muchas de las familias productoras se basan en un modo de producción que puede denominarse “**Economía de Subsistencia**”: Este concepto se refiere a un tipo de economía en la cual “la producción se destina principalmente al autoconsumo –ya sea para su propio bienestar o el comercio comunal- y no al mercado de escala” (INIDA, 2023). El abordaje de este concepto ha ido evolucionando a lo largo del tiempo apareciendo siempre en los análisis de las unidades familiares o pequeñas

comunidades productoras de bienes y servicios que trabajan principalmente para satisfacer sus propias necesidades, con un intercambio mínimo de productos en el mercado o un acceso mínimo al mismo. Desde una perspectiva de autores que pueden denominarse como “clásicos” de la economía como David Ricardo (1772-1823) y Thomas Malthus (1776-1834) el salario de subsistencia se caracteriza por:

- Alto niveles de autoconsumo: La gran parte de lo producido se destina al consumo propio de las unidades familiares o comunidades para su subsistencia o preservación.
- Bajos niveles de especialización en la producción: La fuerza laboral no suele estar especializada ni calificada estrictamente en las tareas que realiza
- Uso de tecnologías básica o simples: Las herramientas utilizar y técnicas de producción pueden considerarse rudimentarias, con un bajo nivel de productividad.
- Limitado intercambio de productos: Al tratarse de económicas cerradas, el mercado es mínimo, y suele basarse principalmente en el trueque o el comercio local (Gómez Fuentes, 2000).

La antropología suele denominar a la economía de subsistencia como “una forma de organización social y cultural adaptada a las condiciones específicas de un entorno” (Kornstaje, 2012). En su enfoque, el autor Kornstanje (2012) introduce la idea de que la economía “no es solo una cuestión de producción y consumo, sino también un lugar donde intervienen valores, creencias y relaciones sociales”. Valores tales como la cooperación, la reciprocidad y la solidaridad son respetados y pueden considerar como valiosos para comunidades como SAC. Referido a este concepto vale mencionar la perspectiva moderna,

dentro de la cual se encuadraría la definición inicial. Los economistas e investigadores del presente siglo reconocen que la economía de subsistencia no es un sistema estático, sino que suele evolucionar y puede presentar adaptaciones frente diferentes contextos. En el análisis de Soria (2014) se considera que la economía de subsistencia “puede coexistir con otras formas de economía, como la economía de mercado o la economía planificada” (p.3).

Por lo que la economía de subsistencia según este tipo de autores puede caracterizarse por:

- Continuo dinamismo: La evolución y la adaptación a diferentes contextos económicos, sociales y políticos son características de la economía de subsistencia en la actualidad.
- Altos niveles de heterogeneidad: Los diferentes niveles de integración al mercado y de especialización productiva permean a las economías de subsistencia actuales.
- Interacción con otro tipo de economías: Coexisten con otras formas de economía, como la economía de mercado o la economía planificada dependiendo del país y la sociedad que se tratase

Para comprender las motivaciones y estrategias de los productores textiles de San Antonio, resulta indispensable adentrarse en las particularidades de la economía local, donde la producción se destina principalmente al consumo dentro de la comunidad pero que a su vez convive en un todo de mayor complejidad, con otros centros urbanos más desarrollados con sistemas de interacciones profundos entre vendedores y comerciantes.

A su vez, una de las necesidades explícitas en el mencionado Documento de Desarrollo Territorial es la necesidad que los emprendimientos de SAC aborden un enfoque de vinculado a la “**Economía Circular**”. La economía circular es “un enfoque económico que busca maximizar el uso de los recursos existentes y minimizar los residuos” (Cerdá & Khalilova, 2016). En el marco referencial de la producción textil, comenzar a aplicar los principios de la economía circular, con indicadores como la reutilización de materiales y minimizar los de residuos, puede contribuir a los niveles de sostenibilidad de la producción y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de SAC.

Es fundamental desglosar el concepto en las dimensiones que lo componen para evaluar su aplicación a través de sus indicadores. En primer lugar, “reducir el consumo de materiales, agua y energía, junto con el aumento de la eficiencia en el uso de recursos, constituye una de las dimensiones esenciales” (Stahel, 1994). A su vez, promover la reutilización de productos e “implementar sistemas de revalorización junto con el cierre de los ciclos de producción” como propone Raworth (2017) puede promover sistemas productivos más eficientes.

Implementar la economía circular necesita de esfuerzos coordinados y conjuntos, por lo que el gobierno regional y comunal en este sentido juegan y tienen un rol central. El objetivo debe ser establecer políticas que avancen hacia una transición a nuevo modelo consciente de la preservación natural. Los consumidores tienen responsabilidad al elegir los productos y servicios que apoyen los principios de la economía circular.

En relación a lo anterior, el “**Desarrollo Sostenible**” implica según la Organización de las Naciones Unidas “satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU, s/f). Las

discusiones académicas en relación a la protección de los entornos y ambiente naturales se profundizaron considerablemente en el último. Centrándonos en la dimensión económica del desarrollo sostenible, que es lo pertinente a este trabajo, nos centraremos en las ideas de Vergara Tamayo & Ortiz Motta (2016) un trabajo de actualidad y utilidad.

- Lograr ser lo mayormente eficientes en los ecosistemas económicos aparece como una necesidad en la generación de comunidades sustentables. “(...) optimizar el uso de los recursos disponibles, generando el bienestar de la población, sin comprometer los límites del planeta” (p.34). Lograr eficiencia económica no solo es una cuestión que depende de la tecnología disponible, sino también de conciencia y responsabilidad hacia las generaciones futuras.

- El concepto de “equidad económica” en relación al desarrollo sostenible tiene como fin mejorar la distribución del ingreso garantizando que el acceso universal a oportunidades económicas y sociales. “La equidad no solo promueve la cohesión social, sino que también fortalece la estabilidad y la resiliencia de la economía en su conjunto” (p.37).

- La creación de trabajos que dignifique a la persona y den la posibilidad de continuar creciendo ya que no lo debe ser percibido como fuente de sustento, sino también un medio que impulsa la participación de los individuos en la sociedad.

El analizado concepto será importante para cuando se propongan mejoras para las actividades comerciales de San Antonio de los Cobres, se considere como las mismas pueden contribuir al desarrollo sostenible general de sus habitantes.

La conceptualización de **Economía Informal** resulta útil para definir el tipo de negocio que llevan a cabo la mayoría de las personas dedicadas a la actividad textil en SAC.

Para su definición se recurre a la Organización Internacional del Trabajo quien explica que “este tipo de economías tienen la característica de encontrarse por fuera de los marcos legales y normativos, señalando que este concepto, no incluye a la economía criminal ni a la economía reproductiva o de los cuidados” (Organización Internacional del Trabajo, 2024). En Argentina, la economía informal representa un sector significativo del mercado laboral. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Argentina (INDEC), la tasa de informalidad laboral en el país alcanzó el 37,5% durante el segundo trimestre de 2023. La región del NOA enfrenta desafíos significativos en relación con la informalidad laboral, donde se estima que más del 40% de la fuerza laboral trabaja en condiciones informales, situándose entre las tasas más altas a nivel nacional (INDEC, 2023).

La economía informal se ha convertido en una característica dominante en la producción y comercialización de productos textiles en San Antonio de los Cobres. Esto implica que una gran parte de la actividad se desarrolla fuera de los marcos legales y regulatorios, dificultando el acceso a derechos laborales básicos, el registro de transacciones y la recaudación de impuestos.

Los artesanos textiles que trabajan en el sector informal son víctimas de la precarización laboral teniendo que enfrentarse a salarios bajos, jornadas extensas, falta de acceso a la seguridad social y condiciones de trabajo precarizadas. Esta situación no solo les impide mejorar su calidad de vida, sino que también dificulta el desarrollo sostenible de la actividad textil.

Lo anterior se vincula de forma directa a las implicancias que tiene el trabajo informal y precarizado con el **tejido social y cultural**, entendiendo a este último como el conjunto de relaciones y prácticas sociales que caracterizan a una comunidad en particular. Las diversas dimensiones que componen el concepto de tejido social y cultural se vuelven cruciales para comprender el funcionamiento en comunidades pequeñas permeadas por valores de tradición histórica y comunal:

- Relaciones sociales: Se refiere a las distintas interacciones entre los individuos, familias y grupos de la estructura social.
- Prácticas culturales: Son las tradiciones, los valores, las creencias, las costumbres e incluso las expresiones que definen la identidad del pueblo o comunidad.
- Instituciones de carácter social: Las estructuras tanto formales como las informales que permean a la vida social, como la familia, la educación, la religión, el gobierno y las organizaciones locales.
- Identidad colectiva: Es el sentido de “pertenecer” que comparten los individuos de la comunidad.
- Cohesión social: Es el grado de unidad y solidaridad que existe dentro de la comunidad, se suele considerar teniendo en cuenta los niveles de compromiso de los habitantes con la comunidad.

Estos conceptos se presentan para comprender como la producción textil en San Antonio de los Cobres está inseparablemente ligada a las tradiciones culturales y comunitarias. Los artesanos, depositarios de saberes generacionales, vuelcan su pasión y

conocimiento en cada pieza que elaboran, dejando en ellas la identidad y el espíritu de la región.

Avanzando, la variable a continuación refiere a las distintas **estrategias de comercialización** utilizadas en el SAC para comprender sus ventajas y desventajas. Para el análisis conceptual se recurre a Vásquez (2015) y su libro “Estrategias de Comercialización”. El autor menciona que como tal se definen “al conjunto de acciones que se planifican y coordinan cabo con el fin de promover, distribuir y vender sus productos o servicios en el mercado con la mayor eficiencia posible” (Vásquez, 2015). La identificación de los segmentos de mercado objetivo a los cuales los productos buscan impactar, el margen de precios, la selección de los canales por los cuales se realizará la distribución y la implementación de técnicas para promocionar y publicitar los productos son elementos cruciales de una estrategia de comercialización.

Para la formulación de estrategias de ventas en economías de tipo informales o indígenas, vinculadas especialmente sectores agrarios el autor Vásquez sugiere:

1. Desarrollar en primer término redes comunitarias: Establecer redes de apoyo dentro de la comunidad es fundamental para fortalecer la comercialización de productos locales. Esto puede incluir la creación de diferente cooperativas locales, asociaciones comerciales o grupos de productores que trabajen en conjunto para promover y vender sus productos. La colaboración y el intercambio de conocimientos entre miembros de la comunidad pueden potenciar el desarrollo de estrategias efectivas y generar un mayor impacto en los negocios.

2. Promoción de la cultura local: Destacar la autenticidad y el valor cultural de los productos indígenas es una estrategia de comercialización que es exitosa en este tipo de

ámbitos. Los consumidores valoran los productos con tradiciones detrás de ellos, lo que da a los productores indígenas una ventaja competitiva única.

3. Plataformas digitales: Incluso en estos ámbitos apoyarse en medio digitales es necesario e inevitable. Las plataformas en línea pueden ampliar el alcance de los productos aprovechando el perfil puramente turístico de SAC.

4. Desarrollo de habilidades: La parte gubernamental de acompañamiento es fundamental para que estas economías crezcan. En tal sentido brindar capacitaciones en habilidades comerciales y de marketing a los miembros de la comunidad puede fortalecer su capacidad para comercializar sus productos de manera efectiva puede ser una gran oportunidad para potenciar el tejido productivo.

5. Sistema de alianzas: Cada vez más organizaciones sin fines de lucro se interesan en ayudar a comunidades marginales con el objetivo de poder integrarlas sin perder su sentido autóctono, es por esto que establecer alianzas con organizaciones gubernamentales, ONGs u otras empresas puede proporcionar acceso a recursos adicionales y oportunidades de comercialización.

Avanzando hacia lo que representa el mercado de productos provenientes de camélidos, el trabajo de Frank (2017) aporta una mirada que puede denominarse como esclarecedora con algunos conceptos que son útiles que son retomados para aplicar al presente trabajo. El autor menciona que las percepciones que giran en torno a la calidad suele variar entre los productores y los consumidores (Frank, 2017). El enfoque del comercio autóctono de los camélidos suele tener *per se* una exigencia mayor en torno a calidad,

teniendo en cuenta su superioridad en los estándares de producción por sus características artesanales.

Los procesadores o productores, se enfocan en la eficiencia y la precisión. Para ellos, la calidad reside en “la capacidad de la fibra de adaptarse a sus procesos de producción, garantizando resultados consistentes y de alta calidad” (Frank, 2017). Buscan fibras que fluyan sin problemas en sus máquinas, minimizando desperdicios y maximizando el rendimiento en general. Por su parte, los consumidores, ajenos a las complejidades técnicas, se guían por sus sentidos y por la historia que la fibra les cuenta. Un producto que despierta emociones y se asocia con conceptos como la exclusividad, la tradición o la sostenibilidad tendrá un valor más elevado en el mercado.

Teniendo en cuenta que el uso de prendas más ligeras es más frecuente en la actualidad y que otro factor que puede considerarse como fundamental es la sensación de “picazón” que pueda llegar a causar la fibra. Por ejemplo, en el caso de la lana, se ha determinado que esta sensación está en relación con la distribución en los diámetros de las fibras. Lo mismo sucede con la fibra de camélidos, donde “la sensación de picazón está vinculada al tipo de vellón, siendo más evidente en vellones de doble capa que requieren el proceso de descordado” (Frank, 2017 p.8).

## **Métodos**

El presente estudio se llevó a cabo utilizando un enfoque cualitativo de alcance exploratorio. El diseño de la investigación tiene un carácter no experimental y transversal. Este enfoque tiene como objeto analizar los datos recogidos por medio de una interpretación de los fenómenos que se observan en su ambiente natural. Al no haber manipulación de variables, este modelo permite alcanzar una comprensión de los aspectos estudiados y ser analizados por medio de conceptos vinculados propuestos en un marco teórico.

### **2. Participantes**

Se tuvieron en cuenta los datos de un grupo participantes conformado por cinco mujeres de SAC que tienen experiencia en técnicas de hilado, fieltrado y tejido y su posterior comercialización. Por otra parte, se entrevistó a una socióloga y una antropóloga de la región con el objeto de tener una visión integral de la situación que viven los comerciantes de hilados de camélidos en San Antonio y las implicancias de dicha situación para el desarrollo humano de las personas, tanto en sus negocios como en su vida diaria.

En relación al muestreo de ambas poblaciones seleccionadas, se desarrolló un método no probabilístico e intencional, por medio de la selección de muestras de la población consideradas disponibles y accesibles en el momento de la investigación.

Todos los participantes de este estudio han proporcionaron su consentimiento para participar, y de manera particular todos accedieron a participar. Las transcripciones de los perfiles y de las entrevistas se adjuntan en el Anexo I de este trabajo.

### **3. Instrumentos**

Por medio de un enfoque de carácter cualitativo, el instrumento fue una entrevista semiestructurada para recopilar opiniones, perspectivas y posturas de los criadores de ganado locales respecto a los desafíos que enfrentan al comercializar sus productos de hilados de camélido. Respecto a la modalidad, las entrevistas fueron realizadas de manera sincrónica por medio oral durante el mes de Mayo del año 2024.

#### **4. Análisis de datos**

El conjunto de variables y subvariables que se exponen a continuación fueron pensadas y elaboradas con el sentido de abordar el tema en cuestión y los aspectos que lo subyacen. Se exponen de forma tal que se avance desde lo general a lo específico, resaltando aquellos aspectos o conceptos claves que son útiles para el análisis.

##### **Variable 1: La subsistencia económica de la actividad del comercio de hilados de camélidos.**

En el caso de San Antonio de los Cobres, esta variable tiene relevancia, ya que determina la capacidad de los artesanos para generar ingresos y poder continuar con su negocio. Explicar los costos de producción y márgenes de ganancia se vuelven importante para comprender la manera en que dirigen económicamente sus emprendimientos.

##### **Subvariable 1: Ingresos**

Se busca analizar la capacidad de los emprendimientos para generar **ingresos consistentes** a través de la venta de sus productos textiles. Esto implica examinar como diversifican sus ingresos, la manera en que fijan los precios y la gestión efectiva de los costos operativos.

### **Subvariable 2: Adaptabilidad financiera**

También consideramos la capacidad de los emprendimientos para **adaptarse a cambios en el entorno económico**, especialmente de aquello que provienen de factores estructurales como el clima o malas temporadas de turismo. Comprender la manera en que generar estrategias para enfrentar posibles crisis financieras, diversificar mercados y aprovechar nuevas oportunidades comerciales.

### **Subvariable 3: Impacto socioeconómico**

Se examinará si este sector tiene impacto en la **generación de empleo** y el **desarrollo económico local**. Las preguntas se guiarán sobre si la apertura de nuevos puestos de trabajo o diversificación de tareas, capacitaciones o formación personal.

### **Subvariable 4: Calidad de vida**

Un bloque de preguntas se destina a comprender la **calidad de vida** de los emprendedores y la comunidad. Los emprendimientos viables mejoran con el acceso a servicios básicos, y el apoyo gubernamental en el acceso a los mismos. Asimismo, se busca identificar si los emprendedores son capaces de distinguir aquellas buenas prácticas en relación a la generación de entornos sustentables.

### **Variable 2: Hábitos de consumo**

Los **hábitos de consumo** de sus compradores son importantes en el éxito de sus negocios. Se buscará identificar si el productor es consciente de las necesidades y preferencias de los consumidores y si atienden a las mismas en la confección de sus productos

### **Subvariable 1: Adaptación**

Se evaluará si los emprendedores **adaptan sus propios hábitos de consumo** como consumidores individuales. Sus decisiones de compra pueden influir en su percepción del mercado y en sus estrategias comerciales.

### **Subvariable 2: Decisiones estratégicas basadas en datos**

Se examina si los emprendedores **utilizan la información sobre hábitos de consumo** para tomar decisiones estratégicas en su negocio. Esto incluye la segmentación del mercado, la fijación de precios, la estrategia de marketing y la gestión del inventario.

### **Variable 3. Métodos de comercialización**

Se busca por medio de esta variable identificar las diferentes estrategias que utilizan los emprendedores para alcanzar a su público objetivo y las limitaciones que tienen al intentar implementarlas

#### **Subvariable 1: Medio digitales**

Se evalúa de principal manera cómo los emprendedores **adaptan sus métodos de comercialización a las tendencias del mercado** en el que se encuentran y a las mencionadas preferencias de los consumidores. Esto incluye el uso de plataformas digitales como redes sociales, comercio electrónico entre otros.

### **Variable 4. Apoyo gubernamental**

El caso como el de SAC necesita de un fuerte respaldo gubernamental para poder desarrollar su potencial económico. En este sentido, la presencia del Estado debe medirse de acuerdo a las políticas públicas de carácter directo o indirecto y la manera en que han beneficiado a los habitantes de SAC.

### **Subvariable 1: Programas de capacitación**

Se consultará si los comerciantes y productores han sido beneficiarios de programas o capacitaciones especiales para poder avanzar en la proyección de sus negocios.

### **Subvariable 2: Líneas de Financiamiento**

Identificación de beneficios económicos alcanzados por los productores para solventar necesidades específicas en torno a los costos de producción

### **Subvariable 3: Acceso a tecnología**

Identificar la existencia o no de política públicas que hayan beneficiado a los productores de hilados de camélidos por medio del acceso de tecnología específica que mejoren los procesos de producción.

## **Resultados**

Los siguientes párrafos presentan los resultados recopilados de las entrevistas anteriormente mencionada, organizados según las variables y preguntas correspondientes:

### **Variable 1: Medición de los niveles de subsistencia económica de las actividades relacionadas al comercio de hilados de camélidos**

Bloque de Preguntas N°1:

#### **Niveles de ingresos:**

Componentes de ingresos: Los entrevistados mencionaron que sus ingresos provienen principalmente de la venta directa de productos textiles, como prendas de vestir y accesorios hechos completamente de forma manual. Otros ingresos menores incluyen la venta de materia prima (lana o vicuña) o de otros emprendimientos asociados.

Diversificación de fuentes de ingresos: Algunos emprendedores se han encontrado frente a la necesidad de diversificar sus ingresos mediante actividades complementarias como el turismo rural y la venta de productos relacionados (ej. tejidos decorativos, souvenirs). Una de las entrevistadas mencionó que ha tenido que incluir la venta de otro tipo de artículos de origen rural (hierbas) para poder tener un mayor nivel de ingreso por sus actividades.

Determinación de precios: La mayoría de las entrevistadas mencionó que los precios se determinan considerando el costo de la materia prima, el tiempo de producción y el valor agregado por el diseño artesanal. La competitividad se mide comparando precios con otros productores locales y ajustando según la demanda del mercado. En este sentido se remarca

que existe un fuerte componente de colaboración entre los artesanos para determinar un precio justo y accesible para los consumidores

Medición de costos operativos: Los costos operativos incluyen la adquisición de materia prima, herramientas, transporte y mano de obra. Ninguna de las entrevistadas mencionó que se lleven registros detallados y ajustes periódicos para mantener márgenes de ganancia adecuados. En gran medida esto tiene que ver con el trabajo informal y de subsistencia que desarrollan las trabajadoras

### **Adaptabilidad financiera:**

Adaptación al entorno económico: Los emprendedores son conscientes del difícil contexto a nivel país, argumentando que es el principal problema a la hora de pensar en su estabilidad financiera. Las entrevistadas mencionaron que han adoptado estrategias como la reducción de costos, incremento de precios y búsqueda de nuevos mercados para adaptarse a los cambios económicos.

Impacto de variaciones climáticas y turismo: Las fluctuaciones climáticas afectan la disponibilidad de materia prima, mientras que el turismo influye de manera directa en las ventas, identificándose como la variable central que condiciona la posibilidad de extensión de negocio de las vendedoras. La adaptación incluye ajustar la producción según las estaciones y potenciar las ventas durante temporadas altas de turismo. Algunas de las entrevistadas han mencionado que recorren ellas mismas o sus familiares pueblos aledaños a San Antonio con el objeto de poder encontrar personas dispuestas a comprar sus productos.

Estrategias ante crisis y oportunidades: Las estrategias incluyen diversificación de productos, colaboración con otros emprendedores y el uso –aunque rudimentario según se

pudo observar- de plataformas digitales para expandir mercados. Oportunidades comerciales se aprovechan a través de eventos locales y ferias.

Estabilidad financiera a largo plazo: Algo llamativo de las entrevistas es que ninguna comerciante y productora consideró que el negocio siga en el mediano o largo plazo. Entre las razones se encuentra la dificultad para tener el capital necesario que regenere los bienes básicos para la producción de los hilados.

### **Impacto socioeconómico del emprendimiento:**

Generación de empleo: No se ha identificado que se hayan creado nuevos puestos de trabajo. Generalmente los nuevos empleados provienen del ámbito familiar y al tratarse de una economía de subsistencia, el trabajo es para beneficio familiar sin crear la necesidad de empleo externo.

Desarrollo económico local: Una de las entrevistadas menciona que se ha observado un aumento en la apertura de nuevos negocios relacionados y la diversificación de actividades económicas en la comunidad en relación hilado de camélidos. Esto se debe principalmente a que las técnicas para la producción se han compartido y más familias encuentran una oportunidad para obtener ganancias mediante esta actividad.

### **Calidad de vida:**

Mejora de la calidad de vida: Las emprendedoras entrevistadas reconocieron que sus negocios han mejorado la calidad de vida y la de sus familias al proporcionar ingresos estables y promover la artesanía local.

Servicios básicos y apoyo gubernamental: Las artesanas de hilado han mostrado disconformidad por tener acceso limitado a los servicios que se consideran fundamentales

como acceso a salud y educación básica. Si bien no se entró en detalle, esta cuestión afecta los niveles de vida de los habitantes de SAC y por ende su capacidad productiva, puesto que ya siendo una economía de subsistencia con escasos ingresos el apoyo Estatal en este sentido se puede considerar como ausente.

**Prácticas sustentables:** Muchas emprendedoras reconocieron que han promovido o promueven en la actualidad prácticas sostenibles, como el uso responsable de recursos naturales y técnicas de producción eco-amigables, como el reciclaje o el respeto en el trato de los animales que esquilan.

**Desafíos en acceso a infraestructura:** La falta de infraestructura adecuada es otra de las cuestiones a las que se hizo referencia. Sus herramientas y establecimientos productivos son ajenos a todo uso de tecnología y la falta de servicios como electricidad en largos tramos dificulta mucha de las actividades dentro del proceso productivo.

## **Variable 2: Hábitos y patrones de consumo en los clientes de hilados de camélidos**

Bloque de Preguntas N°2:

**Cambios en la oferta de productos:** Los emprendedores han ajustado sus productos para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores, incorporando nuevos diseños y colores. Sin embargo, al no tener la oportunidad de tener acceso a materiales más sofisticados, suelen ser conservadores respecto del uso de nuevos materiales.

**Tendencias en hábitos de consumo:** Las entrevistadas comentan que siempre existe una demanda de autenticidad y tradición en los productos. Asimismo, los productos que son conocidos por respeto al ambiente son respetados y llaman la atención de los turistas

Adaptaciones para sostenibilidad: Las entrevistadas han reconocido la importancia del respeto hacia el Medio Ambiente especialmente en el trato de las materias primas y en comentárselo a los clientes que compran sus productos. Es por ello, que aunque incipientes, pero las practicas sustentables aparecen integradas a la vida de estas artesanas, conscientes de la importancia del cuidado del entorno para el futuro de sus emprendimientos.

Decisiones basadas en datos: Las entrevistadas mostraron desconocimiento sobre prácticas basadas en recopilación de datos sobre hábitos de consumo se realiza mediante encuestas informales y retroalimentación directa de los clientes. Sin embargo, algunas han mostrado su interés para capacitarse en las mismas para aprovechar más los márgenes de ganancia que devendrían.

Ejemplos de decisiones comerciales: Algunos emprendedores han ajustado sus líneas de productos y precios basándose en las preferencias de los clientes, como ofrecer productos de acuerdo a las sugerencias de estos, o directamente productos personalizados por encargo.

### **Variable 3: Métodos y formas de comercialización**

Bloque de Preguntas N°3:

Relaciones con la comunidad y eventos locales: Todas las entrevistadas mostraron que las relaciones con su pueblo y los habitantes son fundamentales para que el negocio prospere. El conocimiento sobre donde se va a convocar la demanda suele ser de tipo “boca en boca” pero que llega a ser una información útil y necesaria para saber dónde llevar a vender los productos.

Canales de interacción: Los emprendedores utilizan ferias locales, mercados y eventos comunitarios para promocionar y vender sus productos. La publicidad sobre los

mismos es careciente, pero se aprovecha que el turismo no es solamente proveniente de Argentina sino también de países aledaños

**Participación en eventos locales:** La participación en ferias artesanales y eventos comunitarios ha sido beneficiosa, aumentando las ventas y el reconocimiento de marca. Todas las entrevistadas reconocieron que sus ventas aumentaron con este tipo de prácticas.

**Valor agregado por autenticidad:** Los productos autóctonos y tradicionales son valorados por su autenticidad, lo que aumenta su atractivo y valor en el mercado. Las comerciantes reconocen que el turista siempre busca este tipo de productos autóctonos y lo prioriza sobre otros por su valor intrínseco. En este punto valdría mencionar, según comentarios de una entrevistada que otras personas, en lo que puede considerarse como una acción desleal, compran sus productos con el objeto de revenderlos en otros lugares por un mayor precio.

**Integración de valores locales:** Las estrategias de comercialización y promoción integran valores y cultura locales, resaltando la historia y tradición detrás de los productos. Las comerciantes resaltaron en todo momento lo necesario que se vuelven valores como el compromiso, el esfuerzo y la persistencia para que las familias de San Antonio subsistan.

### **Medios digitales:**

**Adaptación a comercialización digital:** Las entrevistadas mencionaron que han debido incorporar métodos digitales a sus negocios, como redes sociales y tiendas en línea, para ampliar su alcance de mercado. Si bien no fue en todos los casos, 3 de los 5 casos han mencionado que la digitalización jugó un papel importante para presentar sus productos

Plataformas efectivas: Las plataformas más efectivas incluyen Facebook, Instagram y Marketplace en línea. La plataforma TikTok también fue mencionada como medio para mejorar el alcance.

Desafíos en medios digitales: Los desafíos incluyen la falta de conocimientos técnicos, acceso limitado a internet y la competencia en línea.

Impacto positivo de la presencia en línea: La lógica de las respuestas mostró que la presencia en línea ha aumentado la visibilidad y rentabilidad del negocio, permitiendo llegar a un público más amplio.

#### **Variable 4: Grado de apoyo gubernamental**

Bloque de Preguntas N°4:

##### **Programas de capacitación específicos:**

Participación en programas de capacitación: Solamente una de las cinco emprendedoras entrevistadas mencionó que ha participado en programas de capacitación ofrecidos por el gobierno provincial de Salta. Las restantes han mostrado cierto recelo e incluso hasta quejas por este tipo de programas debido a que solo benefician a pocos en detrimento de la mayoría de los productores.

Beneficios de los programas: Según las declaraciones de las entrevistadas, aquellas que participaron en programas han contribuido a mejorar sus habilidades de producción y ofrecieron un panorama más completo en términos de eficiencia a la hora de producir los hilados.

Necesidades de capacitación específica: Todas las emprendedoras entrevistadas consideran necesarias las capacitaciones en marketing digital, gestión empresarial y técnicas de producción avanzada.

Mejoras sugeridas: Se sugiere una mayor accesibilidad y relevancia en los programas de capacitación para satisfacer mejor las necesidades locales.

### **Líneas de financiamiento del Estado:**

Acceso a financiamiento: El acceso a líneas de crédito gubernamentales ha sido limitado, solamente una emprendedora pudo ser beneficiaria de estos fondos, más allá de tener que haber cumplido con un extenso papeleo y requisitos externos. Vale mencionar además que dicha línea de crédito según la entrevistada fue de carácter nacional, de manera general para artesanos locales que buscaban potenciar sus emprendimientos. El resto mostró malestar por la gran cantidad de requisitos solicitados para poder aplicar a ser financiados sus negocios.

Uso de fondos: Según la única beneficiaria que fue entrevistada, los fondos los ha utilizado para adquirir materia prima, herramientas y mejorar la infraestructura del negocio.

Desafíos en búsqueda de financiamiento: Los desafíos incluyen trámites burocráticos, falta de información y requisitos exigentes. Las entrevistadas de mayor edad mencionaron la falta de “paciencia” por parte de algunos agentes encargados de los trámites cuando presentaron sus consultas.

### **Acceso a tecnología:**

Apoyo para acceso a tecnología: Las entrevistadas mencionaron la falta total de apoyo gubernamental para acceder a tecnologías que mejoran sus procesos de producción. En este

sentido, la ausencia del Estado Nacional y Provincial en estas comunidades es notable y el testimonio de las personas que viven y dedican su economía a los hilados lo deja ver.

**Impacto de la tecnología:** Las entrevistadas son conscientes y afirman que la tecnología que ayude al diseño, ensamblado y como medio para potenciar ventas, mejoraría considerablemente la eficiencia y calidad de los productos, permitiendo una y generando, además, producción más sostenible.

**Barreras para adopción tecnológica:** Las barreras incluyen el mencionado bajo respaldo estatal altos costos para ser afrontadas por los propios emprendedores, falta de capacitación y en algunos casos por la edad o el temor de tener que aprender a manejar nuevos dispositivos que son desconocidos, temores que se presentan como lógicos en estos casos.

## **Discusión**

El objetivo central de este trabajo fue identificar las dificultades que enfrentan actualmente los comerciantes de San Antonio de los Cobres en la producción y comercialización de productos de hilado textil de camélidos para generar propuestas que tiendan a mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades. Hasta la fecha, no se habían realizado estudios previos que abordaran esta problemática, por lo que se recurrió a la confección de un marco teórico propio y apoyado en literatura cercana al tema de investigación se retomaron ideas que ayudaron a la confección de una entrevista que permitió corroborar la hipótesis de investigación.

Con todo hemos podido aportar a las ideas de Abledo (2017) quien introduce la idea de que las economías periféricas en Argentina continúan siendo marginadas por la falta de la falta de inversión adecuada en infraestructura, educación y tecnología. Esta situación perpetúa las desigualdades regionales y limita el desarrollo económico sostenible en estas áreas, subrayando la necesidad de políticas públicas más inclusivas y estratégicas que promuevan un crecimiento equitativo y a largo plazo.

La presente investigación se planteó con la hipótesis central de que las poblaciones como la de SAC, basadas en economías rurales y periféricas tienen dificultades para acceder a capacitación técnica, asistencia financiera y mercados de comercialización. Además, se consideró que la falta de infraestructura adecuada para el procesamiento de la lana de los artesanos locales, así como la limitada conectividad con centros urbanos, obstaculizan la distribución de los productos textiles.

Sin embargo, a medida que profundizamos en el tema de investigación se encontró que las artesanas se enfrentan a una serie mayor de desafíos significativos, incluyendo la dependencia de ingresos limitados, la determinación de precios sin registros detallados de costos, la adaptación insuficiente al entorno económico y la falta de estabilidad financiera a largo plazo. Estrategias adaptativas identificadas a partir de la narrativa de estas incluyen la diversificación de fuentes de ingresos a través de actividades complementarias como el turismo rural, aunque estas medidas son a menudo insuficientes para garantizar una subsistencia sostenible.

Las dificultades mencionadas restringen considerablemente las posibilidades de mejora del sector, incluso cuando los conocimientos sobre el proceso productivo de hilados de camélidos se consideran algo local y propio, casi como un patrimonio de SAC. La falta de capacitación y registros detallados de costos impide una gestión financiera eficaz, afectando la sostenibilidad financiera en el largo plazo de los emprendimientos. La inestabilidad económica y climática exacerba esta situación, limitando la capacidad de las artesanas para planificar a largo plazo y asegurar la continuidad de sus negocios.

Asimismo, la falta de acceso a materiales más sofisticados y la adaptación, que podemos catalogar como insuficiente, frente a las preferencias cambiantes de los consumidores también limitan la capacidad de las artesanas para mejorar sus productos y expandir sus mercados. Como se identificó al comienzo de este trabajo, y contribuyendo a los que plantean Cortez y Quiroga (2011) y Frank (2017) el proceso de hilados es complejo, y el testimonio de cada entrevistada dio cuenta de que los conocimientos que bien explican los autores son transmitidos de generación en generación por las artesanas.

Se presenta también a discusión la manera en que los programas públicos de capacitación y financiamiento son insuficientes y no han logrado abordar de manera efectiva las necesidades específicas de las artesanas de hilado textil de camélidos. La participación limitada en estos programas, combinada con una falta de apoyo gubernamental desde ámbitos nacional y provinciales para acceder a tecnologías y mejorar la infraestructura, ha resultado en una estancación del rubro de hilados en la región. La falta de visibilización y reconocimiento del sector por parte del estado también contribuye a la falta de acceso a financiamiento y recursos necesarios para el desarrollo.

En resumen, la hipótesis central de esta investigación se pudo demostrar, comunidades como SAC tiene barreras tangibles para promover sus productos y mejorar su inserción comercial. Estas actividades en Argentina suelen quedar en el umbral de los alcances estatales, y casi excluidos del tejido productivo nacional, transformándose o quedando limitadas a ser economías de subsistencia.

Un aspecto importante de este trabajo es avanzar hacia recomendaciones que puedan efectivamente ayudar a estas comunidades. La principal manera es a partir del reconocimiento: promover programas desde el plano estatal para la diversificación económica regional y la inserción laboral. Apoyar nuevas fuentes de ingresos mediante capacitación en turismo, marketing digital y gestión empresarial. Capacitar a los emprendedores en contabilidad básica y gestión financiera para mejorar la transparencia y precisión en la determinación de precios y gestión de costos.

Mejorar los márgenes de ganancia de los emprendedores es lo esencial, incluso para poder permitiéndoles expandir sus actividades. El acompañamiento del gobierno para comercializar sus productos, es una estrategia que debe pensarse de manera coordinada entre

los productos y de esta forma encontrar puntos en común para presentar sus elaboraciones, ya sea en ferias o incluso por promociones en línea. En este sentido, se puede incluir a la actividad de los hilados como sector económico prioritario en programas gubernamentales de desarrollo rural, ofreciendo subsidios y préstamos con tasas de interés accesibles para la adquisición de materias primas, herramientas y tecnología necesarias para la producción.

Teniendo en mente las estrategias presentadas por Vásquez (2015) la creación de cooperativas o asociaciones en el país suelen tener un carácter automotivado desde los productores que comparten la misma actividad donde muchas veces el Estado suele quedar por fuera. De forma tal, los artesanos de hilados también deben incluir su voluntad para hacer frente a las nuevas problemáticas económicas. En este sentido, teniendo en mente que el componente familiar y altamente personal que suele permear este tipo de emprendimientos, el apoyo mutuo, el compartir recursos y conocimientos técnicos, se vuelven fundamentales para avanzar.

Se podrían establecer alianzas con instituciones educativas locales o centros de formación profesional para ofrecer cursos y talleres prácticos que incentiven el involucramiento joven de la comunidad. Asimismo, se podría promover la creación de redes de colaboración entre emprendedores locales, facilitando el intercambio de conocimientos, recursos y experiencias, y fomentando la conexión con negocios relacionados con la industria de los hilados.

Otro punto tiene que ver con el aspecto comercial, especialmente al seguimiento en forma de recomendaciones o puntuación del producto por parte del cliente posterior a la venta. Nuevamente, teniendo en cuenta que suelen ser consumidores locales o turistas, pero generalmente reiterativos, se puede aprovechar para generar un sistema de calificación para

que los productos que venden los comerciantes se sientan respaldados a la hora de su presentación. Esto a su vez, haría más fácil la recopilación de la información y permitiría distinguir las necesidades de los clientes. Capacitaciones sobre cómo recolectar información y analizar de forma sencilla datos que puedan mejorar la toma de decisiones comerciales y maximizar márgenes de ganancia, será asimismo útil para las artesanas.

Otra posibilidad, teniendo en cuenta que las entrevistadas han mencionado el uso de redes sociales, sería promover la diversificación de canales de venta, incluyendo la creación de tiendas en línea o la participación en plataformas de comercio electrónico. Incluir un sello propio de SAC puede ser una iniciativa que sirva para la protección de los productos autóctonos. Por medio de una imagen simple o un logo específico que se coloque en los productos, se sabrá que la elaboración se llevó a cabo en dicho lugar, lo que permitirá identificar al consumidor de donde realmente proviene, incluso si el mismo es revendido.

Proveer capacitación en el uso de tecnologías digitales y mejorar la infraestructura de internet en las comunidades rurales a nivel nacional se vuelve más que necesario para que el tejido productivo periférico también pueda tener avances. Como señala Vásquez, (2015) apoyarse en medio digitales “es necesario e inevitable”. Buscar generar asociaciones que presenten demandas unánimes habilitaría aún más la posibilidad de lograr oportunidades frente al gobierno local. Recurrir como rubro a instancias superiores en lo que concierne a niveles de gobierno.

A saber, presentar peticiones al gobierno provincial y nacional sobre las necesidades que hoy enfrenta el sector, que han podido plasmarse y analizarse claramente a lo largo del presente trabajo, es una opción probable para que el sector tenga acceso a líneas de financiamiento. Esto último podría plasmarse en la elaboración de un plan de los productores

sobre las tecnologías necesarias que permitirían mejorar su productividad. Una vez identificadas qué tecnologías se necesitan, sería conveniente elevar dichas peticiones a organismos estatales que puedan ser capaces de brindarlas o al menos financiar parte de la compra de elementos.

La economía circular fue uno de los conceptos que se empleó en el trabajo. Se partió de la idea que las prácticas sostenibles son fundamentales para cualquier tipo de negocio en la actualidad y la importancia de ofrecer incentivos para la adopción de técnicas de producción que respeten el medio ambiente. Tal y como plantean Vergara Tamayo & Ortiz Motta (2016) “(...) optimizar el uso de los recursos disponibles, generando el bienestar de la población, sin comprometer los límites del planeta” (p.34). En estas regiones periféricas rurales encontramos que el conocimiento sobre tal concepto de sustentabilidad existe, incluso si saber como se lleva a practica de forma completa, pero empleando los esfuerzos necesarios para el cuidado medioambiental.

#### Fortalezas del estudio

Este trabajo de investigación destaca varias fortalezas significativas. En primer lugar, proporciona un diagnóstico que permite conocer la realidad de muchas artesanas de zonas rurales del interior de Argentina. En SAC, las artesanas tienen preocupaciones reales y se comprenden solamente se extiende el dialogo con cada una de ellas, una cuestión que fue el motor central para realizar este trabajo.

La metodología utilizada permitió captar una visión particular de la situación, recogiendo datos cualitativos y cuantitativos que enriquecieron la comprensión de los problemas. Además, el enfoque en un contexto específico como el de San Antonio de los

Cobres permitió un análisis contextualizado, lo cual es crucial para la formulación de recomendaciones aplicables y efectivas. Asimismo, la investigación contribuye a visibilizar un sector y una región a menudo marginados en el diseño de políticas públicas, lo que puede incentivar futuras intervenciones y apoyo gubernamental.

#### Limitaciones del Estudio

A pesar de sus fortalezas, el estudio presenta algunas limitaciones que deben considerarse. Una limitación metodológica importante es la restricción geográfica del estudio, centrado únicamente en San Antonio de los Cobres, lo que puede limitar la generalización de los hallazgos a otras regiones con condiciones socioeconómicas y culturales diferentes. Otra limitación es la falta de datos longitudinales que podrían ofrecer una visión más dinámica de cómo evolucionan los desafíos y las estrategias de adaptación a lo largo del tiempo. Asimismo, la investigación podría haber beneficiado de una mayor participación de actores gubernamentales y del sector privado para obtener una visión más completa del apoyo disponible y las barreras estructurales existentes.

#### Futuras líneas de Investigación.

Existen varios aspectos que merecen ser investigados en estudios futuros para profundizar en la comprensión y abordar las limitaciones identificadas. Primero, sería valioso ampliar el estudio a otras regiones rurales con características similares para comparar y contrastar los desafíos y soluciones, permitiendo una perspectiva más amplia y la identificación de patrones comunes. También, realizar estudios longitudinales podría ofrecer insights sobre la evolución de las problemáticas y la efectividad de las intervenciones a lo largo del tiempo. Otro aspecto crucial para investigar es el impacto específico de las

intervenciones propuestas, tales como programas de capacitación y acceso a tecnologías, para evaluar su efectividad real y ajustar las estrategias en consecuencia. Además, profundizar en el análisis de la interacción entre el sector artesanal y otras industrias locales podría revelar oportunidades de colaboración y sinergias que actualmente no están siendo explotadas. Finalmente, explorar más a fondo las dinámicas de género dentro de la actividad artesanal, incluyendo cómo las mujeres artesanas equilibran esta actividad con otras responsabilidades familiares y comunitarias, podría aportar valiosa información para diseñar intervenciones más inclusivas y equitativas.

## Referencias Bibliográficas

Cerdá, E., & Khalilova, A. (2016). *Economía circular. Economía industrial*, 401(3), 11-20.

<https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/401/CERD%C3%81%20y%20KHALILOVA.pdf>

Ceretti, M. V., & Cortez Quiroga, M. C. (2017). Transferencia de técnica y tecnología a los artesanos de la Puna Salteña y los Valles Calchaquíes. Salta.

EDI-SALTA. (2021). Santa Rosa de los Pastos Grandes. Recuperado de <http://www.edisalta.ar/pastosgrandes.htm>

Enciclopedia jurídica. (2020). Enciclopedia jurídica. Recuperado de <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/precio-justo-o-justo-precio/precio-justo-o-justo-precio.htm>

Frank, E. N. (2017). Comercialización de fibras de camélidos sudamericanos. Red SUPPRAD - Universidad Católica de Córdoba. Retrieved from [https://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1332/1/DT\\_Frank.pdf](https://pa.bibdigital.ucc.edu.ar/1332/1/DT_Frank.pdf)

Fuentes, A. G. (2000). *Economía de subsistencia: la tipología lítica*. Ediciones Universidad de Salamanca.

InformateSalta. (2013). Abre una fábrica textil en San Antonio de los Cobres. Informate Salta. <https://informatesalta.com.ar/contenido/41089/abre-una-fabrica-textil-en-san-antonio-de-los-cobres#:~:text=El%20Ministro%20adelant%C3%B3%20que%20la%20semana%20venidera,destacan%20las%20de%20panader%C3%ADa%2C%20servicios%20y%20textiles>

Instituto de Investigación en Derecho Alimentario. (2023). Economía de subsistencia. Recuperado de <https://inida.org/derecho-alimentario-economia-subsistencia>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). (2023). Mercado de trabajo - Encuesta de hogares urbanos. Tercer trimestre de 2023. Buenos Aires, Argentina: Autor. Recuperado de [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado\\_trabajo\\_eph\\_1trim234267B9F5D1.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_1trim234267B9F5D1.pdf)

INDEC (2022). Informe Censo 2022: Resultados definitivos [Informe]. Recuperado de <https://estadisticas.salta.gov.ar/web/archivos/censo2022/Informe%20CENSO%202022RESULTADOS%20DEFINITIVOS.pdf>

Korstanje, M. E. (2012). LA SIGNIFICACION DEL MAL, Antropología, Economía y Subsistencia. *Sincronía*, (61), 1-28. <https://www.redalyc.org/pdf/5138/513851805012.pdf>

López, J. F. (2019). Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/realidad-economica.html#:~:text=La%20realidad%20econ%C3%B3mica%20es%20el,lleva%20estudiando%20de%20forma%20continuada.>

Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda. (2023). Plan Estratégico Territorial SAN ANTONIO DE LOS COBRES. Secretaría de Planificación Territorial y Coordinación de Obra Pública. Recuperado de [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan\\_estrategico\\_territorial\\_san\\_antonio\\_de\\_los\\_cobres.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_estrategico_territorial_san_antonio_de_los_cobres.pdf)

Organización Internacional del Trabajo. (2024). Economía informal. Recuperado de <https://www.oitcinterfor.org/taxonomy/term/1008>

Raworth, K. (2017). Doughnut economics: Seven ways to think like a 21st-century economist. Chelsea Green Publishing.

Reynaga, R. G. (2012). La realidad social, un acercamiento a la comunidad desde los diversos niveles educativos. Revista Cognicion N° 36. Recuperado de [http://www.cognicion.net/index.php?option=com\\_content%26view%3Darticle%26id%3D423:la-realidad-social-un-acercamiento-a-la-comunidad-desde-los-diversos-niveles-educativos%26catid%3D170:ponencias%26Itemid%3D278](http://www.cognicion.net/index.php?option=com_content%26view%3Darticle%26id%3D423:la-realidad-social-un-acercamiento-a-la-comunidad-desde-los-diversos-niveles-educativos%26catid%3D170:ponencias%26Itemid%3D278)

Rodriguez, E., Lupín, B., Lacaze, V., & González, J. (2011). La producción sustentable de fibras textiles: ¿una alternativa viable para Argentina? 1a ed. Mar de Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.

Soria, M. A. (2014). ECONOMÍA DE SUBSISTENCIA. Abordajes. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 2(3). <https://revistaelectronica.unlar.edu.ar/index.php/abordajes/article/view/238>

Stahel, W. (1994). The circular economy: A strategy for industrial symbiosis. *Futures*, 26(1), 22-44.

Todo web salta. (2020). Recuperado de Circuito Puna - Andino: <https://www.todowebsalta.com.ar/circuitoandino/>

Vázquez, E. F. (2015). Estrategias de comercialización. *Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos*, 169-195. <https://books.google.com.ar/books?id=LBpOCwAAQBAJ&lpg=PA169&ots=cU13NYxeL>

[h&dq=V%C3%A1zquez%20E.%20F.%20\(2015\).%20Estrategias%20de%20Comercializaci%C3%B3n.&hl=es&pg=PA169#v=onepage&q=V%C3%A1zquez,%20E.%20F.%20\(2015\).%20Estrategias%20de%20Comercializaci%C3%B3n.&f=false](https://www.repositorio.cepal.org/bitstream/handle/es/PA169/v=onepage&q=V%C3%A1zquez,%20E.%20F.%20(2015).%20Estrategias%20de%20Comercializaci%C3%B3n.&hl=es&pg=PA169#v=onepage&q=V%C3%A1zquez,%20E.%20F.%20(2015).%20Estrategias%20de%20Comercializaci%C3%B3n.&f=false)

Vergara Tamayo, C. A., & Ortiz Motta, D. C. (2016). Desarrollo sostenible: enfoques desde las ciencias económicas. *Apuntes del CENES*, 35(62), 15-52.

## **ANEXO 1**

### **PREGUNTAS DE ENTREVISTAS POR GRUPO DE VARIABLES**

#### **Variable 1: Medición de los niveles de subsistencia económica de las actividades relacionadas al comercio de hilados de camélidos**

- Bloque de preguntas N°1:

##### **Niveles de ingresos:**

1. ¿Cómo describirías y cuales son puntualmente los principales componentes de los ingresos de tu emprendimiento de hilados de camélidos?

2. ¿Utilizas estrategias u otras actividades con el objeto para diversificar tus fuentes de ingresos más allá de la venta de productos textiles?

3. ¿Cómo determinas los precios de tus productos y cómo medís que los mismos sean competitivos en el mercado?

4. ¿De qué manera medias los costos operativos de tu negocio para garantizar márgenes de ganancia que te sean provechosos para continuar con tus actividades?

##### **Adaptabilidad financiera:**

1. En el contexto actual del país, ¿Cómo te has adaptado a los cambios en el entorno económico?

2. ¿Han influido las variaciones climáticas o temporadas de turismo fluctuantes en tus ventas?

3. ¿Qué estrategias has implementado para enfrentar crisis provenientes de estos factores? ¿Cómo aprovechas nuevas oportunidades comerciales?

4. ¿Cómo aseguras la estabilidad financiera de tu negocio pensando en largo plazo?

**Impacto socioeconómico del emprendimiento:**

1. ¿Tu emprendimiento ha promovido la generación de empleo o el desarrollo económico local?

2. ¿Has observado un aumento en la apertura de nuevos puestos de trabajo o la diversificación de tareas en tu comunidad debido al mercado de hilados de camélidos?

3. ¿Crees que tu negocio ayuda a mejorar la calidad de vida de los miembros de tu comunidad?

Calidad de vida:

1. ¿Qué servicios básicos y apoyo gubernamental –a nivel nacional, provincial o municipal consideras fundamental para mejorar la calidad de vida de los emprendedores en tu comunidad?

2. ¿Promueves prácticas sustentables con el medio ambiente en la producción de tus productos textiles?

3. ¿Existen desafíos respecto al acceso a servicios básicos que condicionen tu negocio?

**Variable 2: Hábitos y patrones de consumo en los clientes de hilados de camélidos**

Bloque de preguntas N°2:

1. A lo largo del tiempo, ¿Has realizado cambios en tu oferta de productos para satisfacer las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores?

3. ¿Cómo percibes las tendencias actuales en los hábitos de consumo de tus clientes  
¿Has integrado las demandas de tu clientela en tu estrategia comercial?

4. ¿Cuán importante creer que son las adaptaciones de los productos para asegurar el sostén del emprendimiento en el largo plazo?

**Decisiones estratégicas basadas en datos:**

1. ¿Recopilas y analizas información sobre los hábitos de consumo de tus clientes?

2. ¿En qué medida influye esta información en la segmentación de mercado y la fijación de precios de tus productos?

3. ¿Puedes proporcionar ejemplos de decisiones comerciales que hayas tomado basadas en datos sobre hábitos de consumo?

**Variable 3: Métodos y formas de comercialización**

Bloque de preguntas N°3:

**Relaciones con la comunidad y eventos locales**

¿Por medio de canales interactivas con la comunidad local para promover y vender tus productos de hilados de camélidos?

¿Has participado en eventos locales, ferias artesanales u otras actividades comunitarias para promocionar tu negocio?

¿Tuviste beneficios por establecer relaciones con la comunidad en términos de ventas y reconocimiento de marca?

¿Consideras que tus productos poseen un valor agregado por el hecho de ser autóctonos y tradicionales de la región?

¿Cómo integras los valores y la cultura locales en tus estrategias de comercialización y promoción?

### **Medios digitales:**

1. ¿Has adaptado tus métodos de comercialización digitales para aprovechar las tendencias del mercado y llegar a más personas?

2. ¿Qué plataformas digitales has encontrado más efectivas para promocionar tus productos textiles?

3. ¿Qué desafíos y barreras has enfrentado al utilizar medios digitales para comercializar tus productos?

4. ¿Crees que la presencia en línea ha afectado positivamente la rentabilidad de tu negocio?

### **Variable 4: Grado de apoyo gubernamental**

Bloque de preguntas N°4:

#### **Programas de capacitación específicos:**

1. ¿Has participado en programas de capacitación o recibido apoyo del gobierno para mejorar tus habilidades empresariales o de producción?

2. ¿Han beneficiado estos programas a tu negocio y tu capacidad para enfrentar los desafíos comerciales?

3. ¿Qué tipo de capacitación específica consideras más necesaria para los emprendedores de hilados de camélidos en tu comunidad?

4. ¿Sugerirías algún tipo de mejora en los programas de capacitación existentes para satisfacer mejor las necesidades de los emprendedores locales?

### **Líneas de financiamiento del Estado:**

1. ¿Has tenido acceso a líneas de crédito o financiera por parte del gobierno para apoyar tu negocio?

2. ¿Cómo has utilizado estos fondos y cómo han contribuido al desarrollo de tu emprendimiento?

3. ¿Qué desafíos has enfrentado al buscar financiamiento para tu negocio?

4. ¿Qué cambios propondrías en los programas de financiamiento gubernamental para que sean más accesibles y efectivos para los emprendedores de hilados de camélidos?

### **Acceso a tecnología:**

1. ¿Has recibido apoyo del gobierno para acceder a tecnologías específicas que mejoren tus procesos de producción?

2. ¿Cómo ha impactado esta tecnología en la eficiencia y calidad de tus productos?

3. ¿Qué barreras has enfrentado al intentar adoptar nuevas tecnologías en tu negocio?

4. ¿Qué medidas sugerirías para mejorar el acceso de los emprendedores locales a tecnologías relevantes para la producción de hilados de camélidos?