

**UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
FACULTAD DE AGRONOMÍA**



**CARACTERIZACIÓN DE COLCHANDERAS DE LA COMUNA DE NINHUE
OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y
NEGOCIOS**

POR

MARÍA DE LOS ÁNGELES ESPARZA MANRÍQUEZ

**MEMORIA PRESENTADA A LA
FACULTAD DE AGRONOMÍA DE LA
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO AGRÓNOMO**

**CHILLÁN – CHILE
2025**

**UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
FACULTAD DE AGRONOMÍA**

**CARACTERIZACIÓN DE COLCHANDERAS DE LA COMUNA DE NINHUE
OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y
NEGOCIOS**

POR

MARÍA DE LOS ÁNGELES ESPARZA MANRÍQUEZ

**MEMORIA PRESENTADA A LA
FACULTAD DE AGRONOMÍA DE LA
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO AGRÓNOMO**

**CHILLÁN – CHILE
2025**

Aprobada por:

Profesor Asociado, Antonio Pinto R.
Ing. Agrónomo, Mg. Eco., Ph.D.

Guía

Profesor Asociado, Susana Fischer G.
Ing. Agrónomo, MSc. Dra

Asesor

Profesor Asociado, Ricardo Muñoz C.
Ing. Agrónomo, Dr.

Guía externo

Profesor Asociado, Guillermo Wells M.
Ing. Agrónomo, Mg. Cs.

Decano

RECONOCIMIENTOS

Esta tesis fue financiada en el marco del programa Tesis País 2022 de la Fundación Superación de la Pobreza.

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
Resumen	1
Summary	1
Introducción	2
Materiales y Métodos	3
Resultados y Discusión	5
Descripción de la cadena productiva de la cuelcha	5
Plan de negocio.....	16
Conclusiones	28
Referencias	29
Apéndices	35
Anexos	33

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

		Página
Tabla 1	Esquema de la cadena productiva de la cuelcha de trigo.....	5
Tabla 2	Actores internos/externos involucrados en el proceso productivo de la cuelcha y sus roles respectivos	10
Tabla 3	Problemas y soluciones propuesta a nivel de los eslabones de la cadena productiva de la cuelcha.....	11
Tabla 4	Productos de innovación con potencial de comercialización.....	12
Tabla 5	Plan de negocios.....	15
Tabla 6	Estructura de costos siembra de trigo colorado a nivel de colchandra en media hectárea.....	24
Figura 1	Diagrama de canales de comercialización existentes actualmente y propuestos por el plan de negocio.....	22

CARACTERIZACIÓN DE COLCHANDERAS DE LA COMUNA DE NINHUE. OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y NEGOCIOS.

CHARACTERIZATION OF THE COLCHANDERAS' ARTISAN IN THE MUNICIPALITY OF NINHUE. OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF NEW PRODUCTS AND BUSINESSES.

Palabras índices adicionales: Desarrollo rural, emprendimiento, economía local, marketing, paja de trigo.

RESUMEN

El trenzado en paja de trigo en Chile es un oficio que se mantiene principalmente en las regiones de O'Higgins (secano interior) y Ñuble (Valle del Itata), donde predominan las mujeres artesanas quienes trabajan con la paja de trigo de variedades antiguas, como el Colorado, Cebolla y Blanco. En la comuna de Ninhue, Región de Ñuble, existe una gran cantidad de mujeres que se dedican a la artesanía de la cuelcha. De acuerdo con lo anterior, el objetivo de este estudio es caracterizar productiva, económica y socialmente la artesanía de las colchanderas de la paja de trigo de la comuna de Ninhue, con enfoque a identificar oportunidades de negocio y un plan de negocio que buscará fortalecer el turismo rural a partir del aprovechamiento del patrimonio cultural local, y fomentar de esta manera la competitividad y el desarrollo sostenible de la zona. Para ello se realizaron entrevistas a informantes claves del Comité de Colchanderas de la Comuna de Ninhue y recopilación de información secundaria en base a datos bibliográficos. Los resultados muestran que las artesanas entrevistadas presentan características comerciales y productivas distintas según sea el modelo de negocio de cada una. Sin embargo, se identifican áreas de mejora en la comercialización de sus productos.

SUMMARY

In Chile Wheat Straw braiding is mainly found in the Regions of O'Higgins (inland dryland) and Ñuble (Valle del Itata). It is mostly done by female artisans, who work

with wheat straw obtained from old wheat seeds, suchs "Colorado, Cebolla or Blanco", among other local varieties. In Ninhue, Ñuble Region, there are many women who are dedicated to wheat straw braiding. Therefore, the objective of this study is to characterize wheat straw artisans of Ninhue identify business opportunities and develop a business plan to strengthen Rural tourism based on the use of local cultural heritage and thus promote competitiveness and sustainable development of the area. Interviews were conducted with key members of the Wheat Straw Artisans Committee, while secondary information was obtained bibliographic data. The results show that the artisans surveyed present different commercial and productive characteristics depending on the business model of each one. However, the aspects to improve in this productive are related to marketing.

INTRODUCCIÓN

El trenzado en paja de trigo en Chile es un oficio que se mantiene principalmente en las regiones de O'Higgins (secano interior) y Ñuble (valle del Itata). En su mayoría es realizado por mujeres (FUSUPO, 2022).

Las artesanas trabajan con la paja de trigo que se obtiene a partir de semillas de variedades locales tales como: Oregón, Colorado, Milquinientos, Carrera, Italiano, Milufen, Furfuya y Cebolla (Silva, 2018). Estas variedades de trigo proporcionan la materia prima para confeccionar chupallas y sombreros que poseen identidad propia del campo (Mellado, 2017).

La elaboración de sombreros en paja de trigo y en particular la chupalla, son relevantes para las economías locales. En este sentido, un ejemplo de ello es Ninhue, donde el 70 % de la población trabaja directa o indirectamente en este rubro (Silva, 2015). Ninhue es reconocido por desarrollar durante varias generaciones el tejido de fibra de trigo, tradición que sigue siendo rescatada por colchanderas que son las trenzadoras de la cuelcha. Uno de los reconocimientos de la zona, es que las chupallas de Ninhue cuentan con un sello de denominación de origen, distintivo que identifica a un producto como propio de un lugar geográfico y único en su tipo (Zerega, 2017).

Contreras y Morales (2016) señalan que la cuelcha ha sido y sigue siendo un

recurso cada vez más importante en la economía monetaria de las familias de esta zona. Es por ello, que se busca generar oportunidades que permitan mejorar la situación de las colchanderas y promover el valor cultural y económico de la artesanía en la comuna de Ninhue (CNCA, 2019). Por todo lo anterior el objetivo del presente trabajo fue caracterizar el segmento de colchanderas de paja de trigo para identificar oportunidades de desarrollo de negocios.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se localizó en Ninhue, comuna que pertenece a la Provincia del Itata, Región de Ñuble. En particular, en los sectores de Quitripín, Reloca, Los Llanos y Reloca Bajo.

Para describir al segmento o eslabón productivo de las colchanderas desde la perspectiva de sus procesos productivos, materias primas, productos actuales, organización y comercialización, se procedió a consultar fuentes secundarias (Barraza, 2021). La consulta consistió en aportes de artículos de investigación en esta área, tesis, informes técnicos y catastros de fundaciones y entidades gubernamentales (Vidal, 2016; Zerega, 2017).

Para obtener la información que describe el segmento de colchanderas, se procedió a realizar entrevistas semiestructurada siguiendo la metodología de Vidal (2016) a las colchanderas del Comité creado en el año 2019, y que era constituido por 40 mujeres que habitan en Ninhue y alrededores, en donde se reúnen una vez al mes en la sede comunitaria de la Ilustre Municipalidad de Ninhue. Asimismo, se emplearon entrevistas semiestructuradas para obtener respuestas más abiertas de los encuestados, según lo descrito por Barraza (2021). Este proceso de levantamiento de información se realizó en forma conjunta con el equipo de Servicio País de Ninhue, y se entrevistaron a cuatro cultoras de la organización.

En el proceso de investigación se realizaron: visitas a terreno a cada una de las cultoras, registros fotográficos y audiovisuales para identificar patrones y categorías relacionadas con los procesos en las materias primas, en los productos, en la organización, y comercialización. Los resultados obtenidos de las entrevistas fueron ordenados en tablas resúmenes para su posterior análisis e interpretación.

La cadena productiva de la cuelcha se elaboró con base en el enfoque de McKinsey (Peters *et al.*, 1982) y Quintero (2006), quienes señalan que este tipo de cadena permite reconocer tanto las actividades que se realizan internamente como los actores relevantes que intervienen en ellas, distinguiendo sus interacciones en el proceso.

Para formular un programa de alternativas de nuevos productos elaborados en base a cuelchas de trigo con potencial de comercialización, se procedió a realizar las siguientes acciones. En primer lugar, se efectuó una reunión con las integrantes del comité de la comuna de Ninhue, donde se aplicó la herramienta de lluvia de ideas, orientada a identificar nuevos productos como alternativa a la diversificación de la fuente de ingresos de las artesanas. Con ello, se realizó un listado con las posibles creaciones y piezas a confeccionar, la técnica a realizar y la posibilidad de realizar talleres. Se propuso ideas para explorar su potencial en la creación de productos artesanales como cestas, alfombras y decoraciones, así como en la industria textil para fabricar ropa y accesorios sostenibles. Posteriormente, se investigaron otros productos sustitutos en cuanto a calidad y precio, y se discutió sobre los productos en base a otros materiales sintéticos, tales como el plástico y como ha disminuido la venta de chupallas. Luego, se analizaron los posibles segmentos de mercado para diversificar las artesanías, con el objetivo de atraer nuevos clientes y expandir el alcance del producto. También, se planteó la posibilidad de realizar alianzas con otros rubros productivos y participar en eventos costumbristas. En otro aspecto, se visualizó la relación interdependiente con los chupalleros, quienes actualmente son los únicos compradores de la cuelcha como materia prima para la fabricación de chupallas. Finalizando con un análisis de la implementación de estrategias de publicidad y participación en ferias de artesanías (Contreras, 2016).

En cuanto a la elaboración de la propuesta de plan de negocios se aplicó el modelo Canvas (Osterwalter, 2004), el cual considera: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica. En este modelo, los costos se estimaron con base a lo que debe incurrir el comité para implementar el modelo de negocio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Descripción de la cadena productiva de la cuelcha

El mapeo de la cadena productiva, junto con la descripción de los procesos y la identificación de los agentes o actores de interés, se presenta en la Tabla 1. En la cadena productiva de la cuelcha se encuentran tres etapas: la producción de la materia prima, los procesos involucrados en la producción de la cuelcha, y la comercialización de los productos elaborados en base a ella, donde estos dos últimos puntos se detallan más adelante.

Tabla 1. Esquema de la cadena productiva de la cuelcha de trigo.

Etapa de la cadena productiva	Actividad	Producto	Actor
Producción de la materia prima	Siembra y cosecha de trigo	Paja de trigo	Agricultor
Procesos de elaboración de la cuelcha	Obtención paja de trigo Preparación de la paja (limpieza y despitonado, selección y atados), Remojo, trenzado, enrollado, tinción; y almacenamiento Costura	Cuelcha	Colchandera
Comercialización del producto	Venta en ferias costumbristas e intermediarios	Chupalla	Chupallero

Fuente: Elaboración propia.

En la cadena productiva de la cuelcha, los actores participantes son los agricultores, colchanderas y chupalleros, quienes poseen roles fundamentales en la agregación de valor del producto final. Los agricultores son responsables de la producción de las fibras naturales, asegurando su calidad a través de prácticas agrícolas sostenibles (SIGPA, 2015). Las colchanderas o tejedoras de la paja de

trigo es el eslabón que cumple el rol de realizar el proceso de elaboración de la cuelcha en base al trenzado de la paja de trigo, generando un producto que se denomina cuelcha. Valdebenito (2021) señala que a grandes rasgos es una actividad de limpieza, separación de vara por calibre, secado y tinción, que, con sus habilidades y creatividades, ellas convierten estos materiales en cuelchas mediante técnicas tradicionales que aportan autenticidad y valor cultural al producto.

Existen al menos dos grupos de colchanderas: aquellas que cultivan el trigo para el trenzado en sus propias casas, y aquellas que compran la materia prima a productores de paja de trigo. De manera transversal, el principal problema es que los insumos son de un elevado costo y la mano de obra para siembra y cosecha es escasa (Martínez et al., 2021).

Finalmente, en el eslabón están los chupalleros quienes se encargan de confeccionar chupallas, su distribución y venta, utilizando estrategias de marketing que resaltan la singularidad y el valor artesanal de las cuelchas, atrayendo a consumidores que buscan productos únicos y de alta calidad. En los chupalleros se concentra toda la producción de la colchandera, lo que no permite que ellas busquen nuevos canales de comercialización (Arce *et al.*, 2016).

Procesos de elaboración de la cuelcha

Es importante mencionar que, en la situación actual o base, se observa que muchas de ellas trabajan de manera independiente, enfrentando dificultades como la escasez de materia prima, el alto costo de los fertilizantes y la falta de acceso a terrenos propios para el cultivo del trigo. A esto se suma la falta de organización dentro del gremio y la necesidad de mejorar los canales de comercialización, los cuales son deficientes. A partir de esta realidad, el plan de negocios busca fortalecer y potenciar lo existente, proporcionando estrategias que mejoren la obtención de insumos, optimicen los procesos productivos y amplíen las oportunidades de comercialización, garantizando así la sostenibilidad del oficio y el bienestar de las artesanas.

Dicho lo anterior, a continuación, se detallan cada uno de los pasos realizados en la elaboración de la cuelcha.

Obtención de paja de trigo. En el caso de que la colchandera no cuente con su propio terreno para producción de trigo lo adquieren a un agricultor. Una forma de obtención de esta materia prima es por la compra a proveedores, cuyo costo según una de las colchanderas entrevistadas es de \$150.000 la carga (una carga equivale a 24 atados). Otra forma de obtención de la materia prima es mediante el cultivo en terrenos propios, en este caso el costo relevante es: fertilizantes, abonos, maquinaria y mano de obra (Fundación superación de la pobreza, 2020).

Preparación de la paja. En el caso de que la colchandera cuente con su propio terreno para producción de trigo, debe realizar la preparación de la materia prima. La preparación de la paja para su posterior manipulación consiste en la limpieza y el despitonado, que es el proceso de separar la espiga del tallo. Luego se golpea sobre una horqueta para sacar la semilla y se forman los atados para el trenzado (Barraza, 2021). Esta limpieza se realiza personalmente por cada colchandera (Contreras, 2016). Sin embargo, el costo de oportunidad tiene un impacto significativo. Luego, se realiza la selección de la caña de trigo, actividad que consiste en seleccionar la caña más gruesa y la más delgada de cada paja de trigo; también esto no representa un costo adicional porque es ocupado en un tiempo libre (Campos *et al.*, 2018).

Adicionalmente, la colchandera realiza el atado de la paja, el cual permite el transporte de la materia prima. Como se describe previamente, el “atado” puede ser adquirido a un productor de trigo o bien realizados por las mismas colchanderas a este punto del proceso de elaboración.

Remojo. Antes de comenzar el trenzado la paja se remoja sumergiéndola en agua, durante un periodo de tiempo entre 30 - 60 min para lograr la maleabilidad que facilita la manipulación de la paja. También no representa costo adicional porque se realiza en tiempo libre.

Tinción. Corresponde al proceso por el cual, las colchanderas usan distintos agentes para teñido, como, por ejemplo: cebolla, semilla de paltos, betarraga, quintral, nalcas, entre otros. Además de productos químicos (anilinas). Esta actividad también no representa costos adicionales usando productos naturales (Valdebenito, 2021).

Trenzado o colchado. Finalmente comienza la etapa de trenzado donde las colchanderas realizan el tejido, principalmente de cuatro pajas.

Equivalencia para una cuelcha gruesa y fina. Para elaborar una cuelcha gruesa se necesitan 18 brazadas, mientras que para una cuelcha fina se requieren 40. La brazada es la unidad de medida utilizada, que equivale aproximadamente a la longitud del brazo de la colchandera, es decir, cerca de un metro. Esta medida se utiliza para formar rollos de entre 80 y 100 brazadas, los cuales componen un rollo de cuelcha. Sin embargo, la cantidad de brazadas puede variar según la envergadura de cada persona, por lo que esta medida es solo referencial.

Enrollado. La unidad de medida de la cuelcha es la brazada, que se mide mediante un brazo de la colchandera y corresponde un metro aproximadamente. Esta brazada se cuenta para hacer rollos de 80 a 100 brazadas que conforman un rollo de cuelcha (Guerra, 2018).

Almacenamiento. Las colchanderas guardan la cuelcha principalmente en sus casas, talleres en casa o en bodegas dentro de su domicilio. Ellas se aseguran de que en este lugar de almacenamiento la cuelcha se encuentre en condiciones óptimas para que no se dañe la calidad de la paja.

Costura. Para confeccionar estos productos existe la opción de enviarlos a un chupallero, quien dispone de una máquina de coser para realizar este trabajo. El valor dependerá del producto a confeccionar. Por ejemplo, para confeccionar un individual de mesa tiene un costo de \$2.000. Otra opción, es el trabajo realizado por las propias colchanderas cuando disponen de esta máquina de coser.

Organización de las colchanderas

Dentro de la organización, ellas se reúnen una vez al mes en las dependencias de la municipalidad para tratar asuntos relacionados con el comité. Entre las actividades realizadas en estas reuniones se incluyen:

Balance anual. En una visita a terreno se observó en la reunión de Comité de Colchanderas de la Comuna de Ninhue, el resultado del Balance Anual Año 2022, cuyo resultado fue de \$3.000. Esto evidencia la necesidad de formar una Cooperativa de Colchanderas.

Participación en exposiciones para promocionar sus productos.

Organización de paseos y actividades recreativas.

Las colchanderas trabajan de forma individual y es necesario la asociatividad.

Es por ello, la formación de una Cooperativa para acceder a mayores beneficios de cada persona en relación con estudios, tecnología y financiamiento. Lo cual evidencia una falta de una cooperativa que conste de auditoría. Esta cooperativa permite obtener recursos del Estado para ampliar el abanico en la innovación artesanal.

Comercialización del producto

Finalmente, en la etapa de comercialización del producto final, la chupalla.

Venta en ferias costumbristas. Suelen depender de ferias locales y eventos específicos para vender sus productos. Estas actividades se realizan tanto en Ninhue como en comunas cercanas, como Chillán, donde se ofrece a la venta este tradicional artículo.

Venta por intermediarios. El negocio de este actor de la cadena consiste en comprar mercadería y revender las cuelchas, para así obtener mayor margen de utilidad. No hay especulación de precios.

La comercialización enfrenta limitaciones debido a la falta de acceso a mercados más amplios, una promoción insuficiente y la competencia con productos industrializados. Esto dificulta la generación de ingresos estables y el reconocimiento pleno de su labor (Chepillo, 2019).

Cadena de valor

A continuación, se presentan los principales aspectos de la cadena de valor de la cuelcha, stakeholders, así como limitaciones observadas en la cadena de las colchanderas. En la Tabla 2, se presenta a los actores que participaron en la agregación de valor de la cuelcha, considerando particularmente las relaciones que se generan dentro y entre las fases de producción, así como los servicios de apoyo institucional que influyen en el funcionamiento y la competitividad de la cadena (Quintero, 2006). A continuación, se describe cada uno.

Tabla 2. Actores internos/externos y sus respectivos roles en el proceso productivo de la cuelcha

Actores participantes	Tipo de actor (interno/externo)	Rol en el proyecto
Instituciones de apoyo y proyectos de cooperación nacional e internacional	Externo	Servicios de ayuda, asistencia técnica y transferencia de tecnología. Políticas de Estado
Productores, comercializadores de pequeña escala, agricultores, colchanderas, artesanos.	Interno	Le otorga valor agregado al producto.
Cooperativas agrícolas	Interno	Potenciar a la agricultura familiar

Fuente: Zerega (2017). Relaciones sociales y culturales entre los actores de la cadena de valor de chupallas de Nihue.

Instituciones de apoyo y proyectos de cooperación nacional e internacional. Estas instituciones ofrecen servicios de ayuda y asistencia técnica, además de fomentar la transferencia de tecnología avanzada al sector productivo. También contribuyen en la formulación e implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo sostenible, apoyando directamente las capacidades locales y facilitando recursos económicos o tecnológicos.

Productores, comercializadores de pequeña escala, agricultores, colchanderas y artesanos. Son actores clave en la producción, transformación y comercialización de los productos. Su función principal es agregar valor al producto mediante el trabajo directo en los procesos de cosecha, procesamiento y elaboración artesanal, promoviendo la economía local y asegurando la sostenibilidad de la actividad. (Guerra, 2018).

Cooperativas agrícolas. Estas organizaciones fortalecen la agricultura familiar, facilitando el acceso a mercados, créditos, insumos y capacitación. Actúan como un motor de integración para los pequeños agricultores, promoviendo la cooperación, la economía de escala y el desarrollo comunitario.

Importancia de la sinergia entre actores

La interacción entre actores internos y externos es esencial para el éxito del

proyecto. Mientras los actores internos se enfocan en la producción y generación de valor, los actores externos proporcionan soporte técnico, regulaciones y recursos estratégicos. Esta colaboración fortalece las capacidades locales y contribuye al desarrollo integral del sector productivo.

La cadena productiva de la cuelcha es un ejemplo de cómo la interdependencia y colaboración entre diversos eslabones pueden potenciar el valor agregado a un producto tradicional (Chepillo, 2019).

Tabla 3. Problemas y soluciones propuesta a nivel de los eslabones de la cadena productiva de la cuelcha.

Eslabón	Descripción	Problema	Soluciones
Agricultor	Suministrar la materia prima que da origen a la artesanía.	Aumento precio de los insumos agrícolas. Ocupar terrenos útiles	Ayuda de parte del Estado (bonificaciones agrícolas). Programa de rescate de semillas de variedades antiguas. Asociarse con otro productor e irse a medias en la producción
Colchandera	Trenzar las pajas de trigo dando origen a las cuelchas	La mayoría no posee máquina de coser.	Adquisición de máquinas de coser, talleres para teñido de paja. Creación eslabón colchandera/chupallera.
Chupallero	Confeccionar las chupallas	Bajas ventas industria	Crear vectores comerciales para vender en todo el país.

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 3 se pueden observar los eslabones de la cadena productiva de la cuelcha, junto con sus limitaciones en el proceso de comercialización y las posibles soluciones. En el eslabón del agricultor, uno de los problemas identificados es el aumento de los precios de los insumos agrícolas, como los fertilizantes. Además, la

materia prima tiene un alto costo y es escasa. Por otro lado, en el eslabón de las colchanderas enfrentan dificultades debido a la falta de maquinarias de coser, ya que no todas tienen acceso a terrenos para sembrar, por ende, una posible solución sería la creación de un nuevo eslabón colchandera/chupallera en la cadena de valor, el cual ella confeccione chupallas. Por último, el chupallero se ve afectado por la baja en las ventas, en parte debido a la competencia de la industria manufacturera china.

Identificación de productos y oportunidades de comercialización

La cuelcha de paja de trigo representa un recurso estratégico para la elaboración de artesanías tradicionales, destacando especialmente en la producción de chupallas. La identificación de productos derivados y las oportunidades de comercialización asociadas permiten impulsar el valor agregado de esta materia prima, fomentando el desarrollo económico local y proyectarse hacia mercados que valoran la autenticidad, la innovación artesanal y la sostenibilidad.

Tabla 4. Productos de innovación con potencial de comercialización.

Productos	Grosor paja	Precio (pesos) Año 2022
Individuales	7 pajas	6.000
Canastos	4 y 7 pajas	15.000
Portalápiz	7 pajas	5.000
Estuches	4 y 7 pajas	5.000
Paneras	7 pajas	15.000
Fruteras	4 y 7 pajas	7.000
Bolsos	7 pajas	35.000
Aros con tintes	4 pajas	5.000

Fuente: Elaboración propia. Valores referenciales de acuerdo con octubre de 2022

En la Tabla 4 se presentan nuevos productos confeccionados con paja de trigo, incluyendo sus precios y grosos, con el objetivo de aumentar las ventas. Estos

productos fueron evaluados a través de encuestas realizadas en el trabajo de campo y durante talleres de acción participativa. Se trata de artículos de decoración y accesorios para mujeres, con precios que varían entre \$5.000 y \$15.000.

Equivalencia y unidades de medida de la cuelcha según su grosor de paja.

Se identificaron 2 tipos de cuelchas, la fina de cuatro pajas y la gruesa de siete pajas, las cuales se usan para chupalla fina y gruesa respectivamente. Las cuelchas se venden por brazadas (1 brazada = 1 metro); en el estudio se detectaron precios de \$10.000 y \$7.000 para la cuelcha gruesa y cuelcha fina, respectivamente.

La innovación en productos elaborados con base en cuelchas representa una respuesta estratégica a las dinámicas actuales del mercado y las necesidades de los consumidores. En un contexto donde el valor cultural y la sostenibilidad son cada vez más apreciados, transformar esta materia prima en productos con diseños modernos y funcionales no solo diversifica su utilidad, sino que también amplía su atractivo comercial. Este proceso permite que las colchanderas no solo preserven su oficio tradicional, sino que lo reinterpreten para satisfacer las tendencias de consumo contemporáneo, creando oportunidades de negocio que trascienden el ámbito local y se proyectan hacia mercados más amplios. Sin embargo, esta oportunidad enfrenta desafíos importantes.

Dinámicas socioeconómicas y estrategias de valorización productiva en la cuelcha: migración, estacionalidad e innovación para el desarrollo local

La migración de la juventud a las grandes ciudades, en busca de mejores oportunidades laborales y profesionales, ha reducido significativamente el número de personas dispuestas a aprender y continuar con esta práctica ancestral (Valdebenito, 2021). Este fenómeno, sumado a la estacionalidad de la actividad y las fluctuaciones en el valor de la cuelcha, limita el desarrollo continuo de la actividad artesanal. En este sentido, resulta clave implementar estrategias que reconozcan y potencien el valor de la manufactura local, ajustando los precios para reflejar adecuadamente el esfuerzo y la calidad de los productos elaborados (Chepillo, 2019). Además, la naturaleza cíclica de la cuelcha puede convertirse en

una ventaja estratégica. Durante el invierno, aumenta el precio de la paja de trigo, esto se debe a que la oferta es más limitada en esa época del año, ya que la cosecha de trigo generalmente ocurre en verano y la paja se almacena para su uso posterior. A medida que avanza el invierno, la disponibilidad de paja almacenada disminuye, lo que puede generar un aumento en los precios. Esto representa una oportunidad para que las colchanderas adquieran materia prima y elaboren productos. Esta planificación a lo largo del año no solo regulariza el valor de la cuelcha, sino que también garantiza ingresos más estables. Por tanto, la innovación en productos y la gestión estratégica del ciclo productivo son elementos clave para transformar la cuelcha en un motor de desarrollo local sostenible.

Sin embargo, la oferta puede ser más limitada, ya que la cosecha se realiza en períodos específicos y el secado adecuado de la paja requiere condiciones óptimas. Esto genera un incremento en los costos de producción y, por ende, un alza en los precios de la cuelcha y los productos finales, lo que presenta una oportunidad para que las colchanderas adquieran materia prima y elaboren productos. Esta planificación a lo largo del año no solo regulariza el valor de la cuelcha, sino que también garantiza ingresos más estables. Por tanto, la innovación en productos y la gestión estratégica del ciclo productivo son elementos clave para transformar la cuelcha en un motor de desarrollo local sostenible. La innovación de estos nuevos productos debe responder a las demandas de los consumidores y del mercado actual (Megías, 2012). Esto generará una oportunidad de negocio sostenible para las colchanderas, quienes podrán optar a nuevos mercados y canales de comercialización, diversificando su actividad, disminuyendo su dependencia y generando nuevas oportunidades de ingreso, convirtiéndose en un nuevo motor de desarrollo local (Zerega, 2017).

Plan de negocio (modelo Canvas)

La Tabla 5 presenta el plan de negocio basado en el modelo Canvas diseñado para la producción de artesanías. Los elementos fundamentales son los que se muestran en la Tabla 5.

Figura 5. Plan de Negocio

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
Productores y Proveedores. Distribuidores. SERNATUR. INDAP. Artesanías Chile. Cooperativas. Municipalidades. Servicio País. Cooperativas. Gobierno Regional.	Alianzas con empresas y entidades estatales.	Marca. Precio. Comercialización.	Creación colectiva. Asistencia personal exclusiva.	Nichos. Segmentos de mercado. Mercado de masas.
	RECURSOS CLAVES		CANALES	
	Físicos. Intelectuales. Económicos. Humanos.		Promoción en redes sociales. Marketing y publicidad.	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FLUJO DE INGRESOS		
Producción Comercialización y distribución. Capacitación del personal.		Acceso a proyectos colectivos, agrupaciones o individuales a través de Instituciones públicas y privadas.		

Fuente: Elaboración propia.

Socios clave

Los socios estratégicos claves identificados con el análisis Canvas fueron los siguientes:

Los Productores, que desempeña un rol clave como el encargado de generar la materia prima que será comercializada. Es responsable de preparar y acondicionar la paja de trigo para su transporte y comercialización. Además, garantizar que la paja cumpla con estándares de calidad específicos según las necesidades del cliente, como colchanderas y chupalleros. También interactúa con cooperativas, colchanderas y distribuidores, coordinando la entrega de la paja según las demandas

del mercado.

Distribuidores, los cuales son los encargados de abastecer de la materia prima para comercializarla.

SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo), el cual promueve la artesanía como parte de la oferta turística, integrando productos como los de paja de trigo en ferias y campañas que destacan el turismo cultural y sustentable.

Distribuidores, los cuales son los encargados de abastecer de la materia prima para comercializarla.

INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario), institución que apoya a los productores de trigo en las etapas agrícolas necesarias para obtener materia prima de calidad, brindando financiamiento y asistencia técnica clave para fortalecer la cadena productiva. Dentro de ello algunas son usuarias de Indap y participan en sus programas de capacitaciones e inversiones, tales como: Prodesal que les financian con insumos agrícolas como son los fertilizantes aquellas que cuentan con terreno propio para sembrar. Otros programas de apoyo son en conjunto con el Ministerio de Agricultura (PROGYSO y el PAE) enfocados en el fortalecimiento de organizaciones campesinas. Además, se dan a conocer en exposiciones rurales.

Fundación Artesanías de Chile, corresponde a una entidad de derecho privado, sin fines de lucro, que desde 2002 trabaja para la valoración de las artesanías existentes en todo el territorio nacional, con el objetivo de impulsar, formular e implementar iniciativas que aporten de manera pertinente y significativa al sector artesanal nacional, considerando su dimensión cultural, social y económica enfoque de derechos culturales (Fundación Artesanías de Chile, 2021). En el caso de las colchanderas, esta entidad difunde y comercializa las piezas de paja de trigo, otorgando a los artesanos plataformas de venta en línea, acceso a mercados nacionales e internacionales y programas de capacitación técnica. Actualmente, la Fundación Artesanías de Chile apoyan a las colchandera, a través de un convenio firmado entre dicha entidad y las facultades de Agronomía y la de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Chile para potenciar el trabajo con artesanas colchanderas del Valle del Itata, en la región de Ñuble, el cual permite dar continuidad a un trabajo de investigación encabezado desde el año 2016 por las profesoras Paola

Silva en el área de Agronomía y Paola de la Sotta en el área de Diseño (Fundación Artesanías de Chile, 2021).

Las municipalidades, que ofrecen infraestructura para talleres y ferias locales, facilitan la obtención de permisos y coordinan iniciativas que promueven la visibilización de los artesanos y su conexión con la comunidad.

Servicio País, el cual contribuye al desarrollo de capacidades en comunidades rurales mediante asesoramiento técnico y fortalecimiento de las redes locales que potencian la producción artesanal.

Y, finalmente, el Gobierno Regional, que financia proyectos que promueven la artesanía como motor de desarrollo económico y cultural, además de liderar programas para la preservación de las tradiciones locales.

Estas instituciones no solo fortalecen el acceso a recursos y mercados, sino que también son pilares en la valorización del oficio y el rescate del patrimonio cultural, asegurando la sostenibilidad económica y social del negocio de artesanía en paja de trigo.

Competidores clave

Los principales competidores identificados corresponden a artesanos aledaños a la comuna y de la región, como también los productores no asociados a la iniciativa que tendrían una menor presencia de cara al público que visite la comuna. Aquí aparece la figura de los revendedores, tal como se observa es el caso de Quinchamalí, quienes le quitan lugar a las artesanas en ferias regionales y nacionales. Instituciones como Artesanías de Chile son cautelosas en estas situaciones y colaboran directamente con las artesanas, incentivando participación y la no presencia de intermediarios. Los productos se comercializan en tiendas tanto nacionales como internacionales. Estas tiendas valoran especialmente el trabajo manual, la calidad de los materiales naturales y el rescate de tradiciones culturales, lo que permite posicionar estos artículos no solo como objetos utilitarios, sino también como piezas de identidad patrimonial. La creciente demanda de productos sostenibles y auténticos abre nuevas oportunidades para ampliar la presencia de las artesanías en mercados de alto valor, ferias internacionales, plataformas de comercio justo y boutiques de diseño artesanal.

La rivalidad entre competidores es alta por el gran número de artesanos de la cuelcha y el reducido número de compradores de la materia prima para la fabricación de chupallas, por lo que existe una importante competencia por obtener una mayor cuota de mercado. Por otra parte, para aumentar o mantener la cartera de clientes mantienen precios competitivos acorde a sus estructuras de costos y priorizando la buena calidad en cuanto al trenzado fino y originalidad para afianzar las relaciones con sus clientes y así mantener la fidelidad (Megías, 2012). Esta amenaza está dada que los clientes se han vuelto cada vez más exigentes en cuanto a la originalidad y la calidad del producto por lo que se inclinan por aquellos que mantenga la identidad cultural y por, sobre todo, que sea más sustentable con el medio ambiente;

Estas características priman por sobre aquellos productos que sean fabricadas con otros tipos de material, más sintético y cuyo impacto al medio ambiente sea alto, como lo es los productos elaborados con cuelcha sintética producida por la industria manufacturera China. La comercialización de productos elaborados en cuelchas de paja de trigo se fortalece a través de relaciones sólidas con los clientes, basadas en la fidelización mediante la oferta de productos auténticos, de alta calidad y con un fuerte arraigo cultural. La conexión emocional que generan estos productos, asociados a tradiciones y prácticas sustentables, permite construir vínculos duraderos con consumidores que valoran la originalidad y el respeto por el medio ambiente. Sin embargo, existe una competencia creciente proveniente de productos importados, particularmente aquellos elaborados con cuelcha sintética por la industria manufacturera china. Esta amenaza se intensifica debido a que los consumidores actuales son cada vez más exigentes, buscando no solo originalidad y calidad, sino también un compromiso real con la identidad cultural y la sustentabilidad. En este contexto, los productos auténticos en paja natural logran una ventaja competitiva, ya que priman sobre las alternativas sintéticas, que presentan un mayor impacto ambiental y carecen del valor patrimonial que distingue a las verdaderas artesanías locales.

Actividades clave

Alianzas con empresas privadas, entidades estatales, tales como, Indap, Sernatur, Municipalidades, Departamento de Cultura y Museos Itinerantes. Dentro de las

actividades claves a realizar se encuentran: programas de fomento cultural y de desarrollo rural sostenible, capacitaciones y asesorías para las colchanderas en el teñido y costura de la cuelcha, talleres de formación orientados a organizaciones sociales y recintos educacionales, y realización de talleres de educación de uso de redes sociales y páginas en internet.

Actualmente, los proyectos se encuentran en distintas etapas. Por ejemplo, con Fundación Artesanías de Chile, el trabajo continúa activo en el ámbito de ventas en línea (Fundación Artesanías de Chile, 2021.). Mientras que otros ya se encuentran finalizados, como por ejemplo, el “Plan de Salvaguardia de la Técnica de la Cuelcha”, que incluyó colchanderos y colchanderas de Trehuaco, Quirihue, Portezuelo, Ninhue y San Nicolás), organizado por el Servicio Nacional de Patrimonio Cultural respaldado por la Dirección de Extensión de la Universidad del Biobío, donde profesionales expertos en gestión de proyectos de la misma Universidad, dictaron el taller “Modelo de Negocios” y propiciaron que artesanos vendieran sus creaciones, en distintos espacios del sector nororiente de Chillán, a través de ferias abiertas, en las que además compartían detalles de su técnica de trenzado (Extensión Universidad del Biobío, 2023). Por otra parte, la Fundación Superación de la Pobreza gracias al financiamiento del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, hace 17 años mantiene el programa “Tesis País”, que busca estimular y difundir la investigación y reflexión sobre pobreza entre estudiantes de pre y post grado de las más variadas disciplinas, invitando a que realicen sus proyectos de titulación tales como como tesis, tesina y memoria en temáticas de pobreza, exclusión, inequidad, desarrollo local y políticas públicas (Fundación Superación de la Pobreza, 2022).

Recursos clave

En un plan de negocios Canvas, los recursos claves son los activos esenciales que una empresa necesita para operar y entregar su propuesta de valor a los clientes. Estos recursos pueden ser físicos, intelectuales, humanos y financieros. Aquí se detallan algunos ejemplos de recursos claves que podrían ser relevantes en diferentes tipos de negocios asociados a la estructura organizacional y de artesanías(os) que se identificaron:

Recursos físicos: cuentan con una sala de ventas y puntos de venta en sus

hogares, en sus vehículos particulares, así como puntos de venta en ferias artesanales del Paseo Arauco de Chillán, en el Mercado de Chillán y en el Museo Arteni de la comuna de Ninhue.

Recursos intelectuales: cada artesano imprime a su obra una marca registrada, inspirándose en modelos naturales, como la figura de un ave o un animal, y adaptándolos a su visión creativa.

Cada artesano que forma parte del proyecto desarrolla una marca registrada propia: un símbolo, figura o diseño inspirado en elementos de la naturaleza, como aves, animales o formas orgánicas, reinterpretados a través de su visión creativa. Esto representa un recurso intelectual fundamental. Aporta un valor agregado a la pieza artesanal, promueve la singularidad de cada creador dentro de una identidad colectiva, y facilita la protección legal frente a copias o imitaciones. De este modo, cada pieza se posiciona como una creación única e irrepetible.

El proceso de diseño se nutre de la observación del entorno natural y su posterior transformación artística, lo que fortalece el vínculo entre cultura, naturaleza y expresión individual. Esta metodología creativa convierte la inspiración natural en una marca registrada de innovación artesanal.

Recursos económicos: durante la visita a las colchanderas, se observó que sus transacciones comerciales se realizan en efectivo, mediante transferencias y algunas disponen de líneas de crédito.

Recursos humanos: hay artesanos con experiencia en el trabajo con paja de trigo y en las técnicas tradicionales de fabricación.

Estos recursos clave son esenciales para que el negocio de artesanías en paja de trigo pueda ofrecer productos de alta calidad, mantener operaciones eficientes y crecer en el mercado. Identificarlos claramente en el plan de negocios permite a la empresa (artesanos) enfocarse en lo que es fundamental para su éxito y sostenibilidad a largo plazo (Pinto, 2015).

Propuestas de valor

Esta propuesta de valor se fundamenta en la combinación de innovación y legado cultural, destacando el equilibrio entre la tradición y las demandas actuales del mercado. La propuesta de valor sería:

Productos exclusivos elaborados artesanalmente, que integran técnicas tradicionales con un enfoque de diseño contemporáneo, bajo una marca que pone de manifiesto su compromiso con la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural. Este bloque es crucial para diferenciarse en un mercado competitivo (Campos, 2018).

Marca representa la fusión perfecta entre tradición y modernidad, destacando el legado cultural de las artesanías de cuelchas y adaptándolo a las necesidades actuales. Rescate y promoción del oficio artesanal, valorizando a los artesanos y sus técnicas ancestrales. Cada producto es una pieza con historia, hecha a mano, con un sello de autor inspirado en la naturaleza.

Comprar una pieza es participar en la conservación de un patrimonio, pero también incorporar un objeto con estética actual y funcionalidad.

Equilibrio entre exclusividad y asequibilidad, asegurando que los clientes paguen por la calidad sin excesos.

La estrategia de precios se basa en un modelo de valor justo, equilibrando el reconocimiento al trabajo artesanal con la accesibilidad para el público.

Exclusividad accesible. Se trata de productos únicos, elaborados a mano, pero con precios que permiten llegar a un público amplio sin desvalorizar el oficio.

La propuesta de valor contempla piezas únicas de valor patrimonial con diseños personalizados que dejan una marca propia.

Relación con los clientes. Atención Personal: Un vendedor ofrece un portafolio de productos, destacando el diseño, precio, stock y garantía del producto asociado (durabilidad y reposición).

Asistencia personal exclusiva: la colchandera es la representante exclusiva de su taller y ella es la que da a conocer el producto terminado y los inicios de este.

Una estrategia integral que incide en la reactivación de economías locales, el fortalecimiento del capital social de las artesanas y la inserción de sus productos en nichos de mercado caracterizados por una alta valoración de atributos culturales, de sostenibilidad y autenticidad

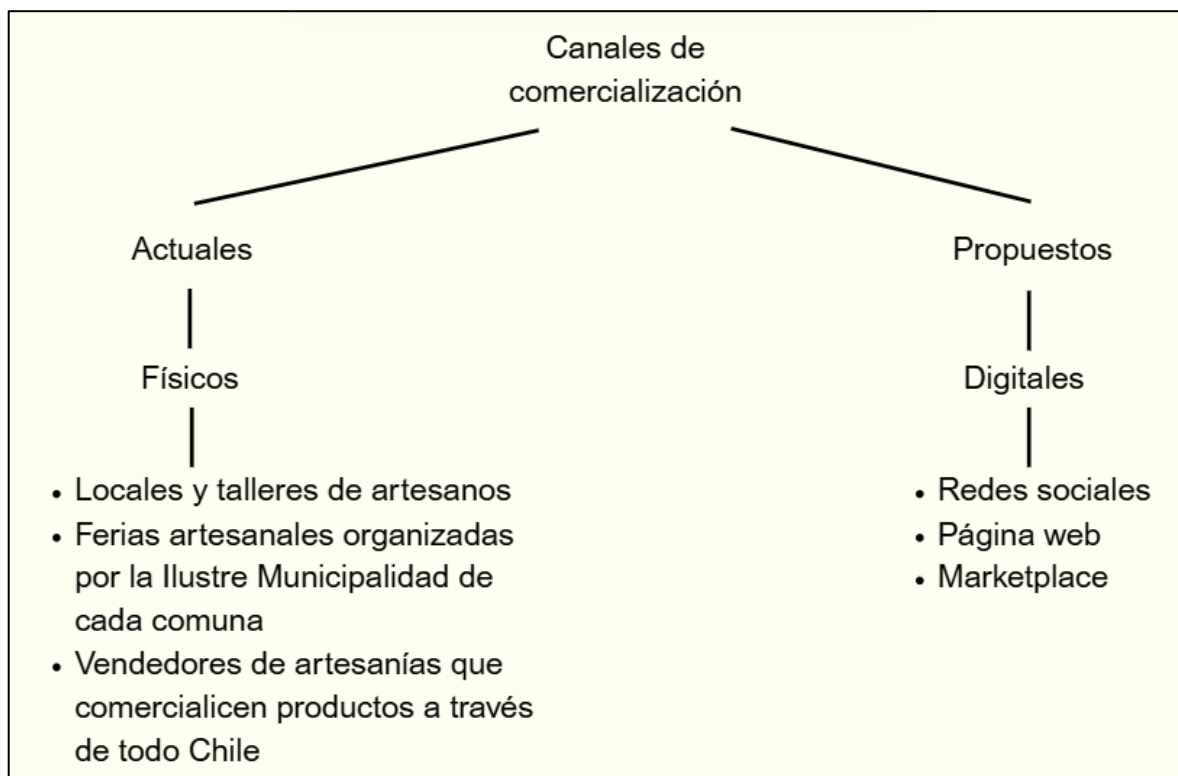
Canales de comercialización

Actualmente, se identifican los siguientes canales de comercialización: puntos de

ventas físicos, locales y talleres de artesanos, ferias artesanales organizadas por la Ilustre Municipalidad de cada comuna, exposiciones culturales, vendedores de artesanías que comercialicen productos a través de todo Chile, que actúan como un agente móvil. Es importante mencionar que estos medios de comercialización actualmente corresponden a los únicos puntos o medios de difusión de esta artesanía.

Por otra parte, los canales de difusión que se proponen para llegar a los clientes son: difusión por medio de redes sociales, diario local, radio y panfletos publicitarios. Siendo los canales de comercialización: las ventas online, que puede ser redes sociales, página web y Marketplace.

Figura 1 Diagrama de canales de comercialización existentes actualmente y propuestos por el plan de negocio.



Fuente: elaboración propia

Como acciones recomendadas están el incentivar el marketing permanente intercomunales y nacionales, y potenciar a los agentes comerciales de los productos artesanales sea a nivel local, comunal, intercomunal, nacional y extranjera.

Estos agentes móviles mencionados anteriormente se les debe dar la facilidad para potenciar la venta de artesanía nacional. Un ejemplo, es un comerciante de la zona norte que recorre el país comprando las artesanías de la zona sur de Chile para venderlas en el norte a los turistas nacionales y extranjeros.

Una acción inicial incluye publicidad en el diario local, radios, panfletos publicitarios, todo ellos abarcan nichos acotados no siendo del conocimiento total de la población. Por eso, un buen ejemplo es la publicidad que genera un circo cuando visita la zona, utilizando vehículos particulares para informar a toda la comunidad sobre sus actividades. En contraste, las iniciativas artesanales suelen estar limitadas por un marketing deficiente, y cuando este se presenta, generalmente es local y rara vez alcanza una cobertura nacional.

De todo lo mencionado, se concluye que la difusión del trabajo es siempre insuficiente según (Guerra, 2018), ya que se limita a ferias específicas y carece de un alcance nacional. Esto indica la necesidad de mejorar la comercialización y la promoción de las colchanderas.

Segmento de clientes

En este apartado los potenciales clientes que consideramos que agregan valor a la propuesta son tanto los habitantes de la comuna de Ninhue, como los visitantes externos a la comuna. Dando paso a un posible nuevo segmento de clientes no residentes de la comuna que la visiten por las ferias costumbristas que atraen a turistas nacionales y extranjeros, comprador de artesanías nacionales que recorre el país para ofrecer en la zona norte (Zerega, 2017).

Actualmente, el mercado de las chupallas es bastante reducido debido a su alto costo, que ronda los \$70.000 por unidad. Como resultado, su demanda se concentra principalmente en un segmento de clientes con mayor poder adquisitivo. Como por ejemplo los sombreros corraleros y chupallas finas de huaso. Por otro lado, esto abarca un sinnúmero de nuevos nichos de mercados a partir de la confección de nuevos productos elaborados en base de cuelchas, tales como accesorios decorativos para el hogar (cestos y canastos, paneras e individuales) y regalos personalizados para todo tipo de ocasión.

Estructura de costos

Dentro de los costos podemos encontrar: costos fijos y costos variables. Los costos fijos corresponden a: luz, agua y limpieza. Mientras que los costos variables corresponden a: compra de carga de paja para abastecerse durante todo el año, teñido de paja de trigo, servicio de costura cuelcha para confección de chupallas, canastillos, bolsos viajes a Chillán para llevar sus productos, envíos de productos en buses como encomienda.

Tabla 6. Estructura de costos siembra de trigo colorado a nivel de colchandera en media hectárea.

Insumo	Precio (\$)	Cantidad	Total (\$)
Trigo Colorado (kg)	\$280	30 kg	\$8.400
Fertilizante salitre (Saco 25 kg)	\$28,56	1 saco	\$28.560
Fertilizante urea (Saco 25 kg)	\$39,00	4 saco	\$156.000
Abono (25 kg)	\$35,00	1 saco	\$35.000
Arado de suelo con tracción a caballo	\$0	2 pasadas	\$0
Mano de obra (siembra, abonado y cosecha) familiar	\$0	0 JH	\$0
Costo total			\$227.960

Fuente: Elaboración propia

Dentro de la estructura de costos del modelo de negocio, resulta fundamental analizar los costos asociados a la producción de trigo destinado a la elaboración de cuelchas, materia prima esencial para la artesanía en paja de trigo. Este análisis contempla todas las etapas del proceso productivo, desde la preparación del suelo y la siembra hasta la cosecha, el secado y el procesamiento de la paja, identificando los principales insumos, mano de obra y servicios requeridos. Los costos de producción del trigo se presentan en la Tabla 6

Como se puede ver en la tabla 6 el cultivo de trigo requiere de varios costos necesarios para la producción eficiente para obtener la paja de trigo.

Dentro de los costos para la elaboración de una cuelcha están: los fertilizantes agrícolas (siempre y cuando la colchandera cuente con un terreno para sembrar),

la compra de los atados y de la carga de paja de trigo a productores, las anilinas y productos para el teñido y por último la costura de las piezas. Una gestión eficiente de estos costos es vital para mantener la rentabilidad del negocio.

Flujo de Ingresos

Se nombró la forma en como la comunidad obtendrá ingresos.

Venta de activos: elaboración de variados tipos de cuelchas asignándoseles distintos valores a cada una.

Tienda física: Comercialización en mercados locales, ferias artesanales y tiendas especializadas en productos ecológicos.

E-commerce. Venta a través de un sitio web propio y marketplaces como Mercado Libre, Yapo y plataformas de marketing digital.

Redes Sociales y Live Selling. Uso de Instagram, Facebook, y TikTok para vender en vivo y mediante catálogo digital.

Personalización y Ediciones Especiales

Diseños exclusivos. Venta de productos personalizados para bodas, eventos y regalos corporativos.

Colaboraciones con diseñadores. Creación de colecciones limitadas en conjunto con artistas y diseñadores.

Experiencias turísticas. Rutas ecológicas y talleres vivenciales para turistas interesados en la cultura artesanal.

Se proyecta el diseño de una ruta agroturística, con el objetivo de generar una propuesta de asociatividad con los artesanos de la comuna y las pymes productoras locales, esta implementación pretende crear mejoras en estos espacios de la comuna, fortalecer la identidad local de manera distintiva y mejorar el desarrollo de la economía local creando una demanda de productos únicos.

CONCLUSIONES

El estudio revela un gran potencial para desarrollar negocios en Ninhue a través de la artesanía en paja de trigo. Se identificaron oportunidades para diversificar productos y optimizar la comercialización.

A continuación, se exponen las siguientes conclusiones estructuradas según los

objetivos específicos que guiaron este estudio:

1. El análisis del segmento productivo de las colchanderas evidenció una tradición local basada en el uso artesanal de la paja de trigo, destacando la elaboración de chupallas como un proceso que requiere conocimientos técnicos y culturales valiosos. Sin embargo, enfrentan desafíos en organización y comercialización, debido a que muchas trabajan de manera individual y con poca visibilidad en el mercado.

2. Actualmente, los productos elaborados con cuelcha son principalmente chupallas, y en menor medida; individuales, canastos, porta lápices, estuches, paneras, fruterías, bolsos y aros. La creación de nuevos artículos con cuelcha permite diversificar la artesanía local y potenciar la economía, destacando por su autenticidad, sostenibilidad y valor cultural. La innovación en diseño amplía su atractivo y potencial de venta en nuevos mercados.

3. La aplicación del modelo Canvas constituye una herramienta metodológica que facilita la validación de la propuesta de valor, permitiendo determinar si esta responde de manera efectiva a una problemática específica de un segmento de clientes y si el modelo de negocio planteado resulta sostenible y viable desde una perspectiva económica.

REFERENCIAS

1. Arce, A., Cortés, M., Irribarra, F y Silva P. (2016). Colchanderas del Itata tejedoras de la paja de trigo. Fundación para la Innovación agraria. Facultad de ciencias agronómicas, Universidad de Chile, Asociación Artesanos de Ninhue. Santiago, Chile.
2. Barraza, 2021. Procedimientos involucrados en el colchado de trigo: Consideraciones y elementos para su realización. Facultad de Arquitectura y urbanismo, Universidad de Chile. Memoria de título para optar al título de arquitecto. Santiago, Chile.
3. Campos, C., Gonzalez, C. (2018). Trenzado en Paja de Trigo. Investigación sobre topología y técnicas. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Escuela de Arquitectura y Diseño. Memoria de título para optar al título de Diseñadora Industrial. Santiago, Chile.
4. Cespedes, H. 2009. Modelos de negocios (Business Model): el arte de la creatividad y la ejecución para la innovación y el emprendimiento [en línea].

- Slideshare.<<http://www.slideshare.net/hugoces/modelos-de-negocios-business-model-el-arte-de-la-creatividad-y-ejecucin-par-la-innovacin-y-el-emprendimiento-14109601>>-. [Consulta 13 de julio 2023].
5. Chepillo, B.N. 2019. Colchanderas del Valle Itata: Oficio, Tradiciones y Prácticas. Memoria de título, Ingeniero Agrónomo. Universidad de Chile, Escuela de Agronomía. Santiago, Chile.
 6. Contreras, (2016) Colchanderos de Trehuaco. Elaboración de cuelcha de trigo. (1)32-49. [En línea]. Tesoros humanos vivos. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016
 7. Extensión UBB, 2023. Salvaguardia de la Cuelcha culminó su gestión 2023 con Extensión UBB [en línea] <https://extension.ubiobio.cl/salvaguardia-de-la-cuelcha-culmino-su-gestion-2023-con-extension-ubb/> [Consulta:27 abril 2024]
 8. Fundación Artesanías de Chile, 2021. Universidad de Chile y Fundación Artesanías de Chile potencian trabajo con colchanderas del Valle del Itata [en línea] Santiago, Chile <https://artesantiasdechile.cl/universidad-de-chile-y-fundacion-artesantias-de-chile-potencian-trabajo-con-colchanderas-del-valle-del-itata/?srsltid=AfmBOooxA8kQBjuJfygIGgZKp1N7350w0d7jmXJALlcocYxfLWHFvnHP> [Consulta:25 abril 2024]
 9. Fundación Artesanías de Chile 2021.Nosotros [en línea] Santiago, Chile. <https://artesantiasdechile.cl/adc/nosotros/> [Consulta:29 abril 2025]
 10. Fundación de la Superación de la Pobreza, 2022. Comité de Colchanderas de Ninhue. Catálogo de artesanías. [tríptico]. Activa Secano: Chile, 2022.
 11. Fundación de la Superación de la Pobreza, (2020). Catálogo Virtual Artesanos y Productores de Ninhue. [tríptico]. Ilustre Municipalidad de Ninhue, Chile.
 12. Guerra, C. G. C., Herrera, R. H. O., y Mellado, C. M. Y. (2018). Actualización de expediente sobre la técnica de la cuelcha o trenzado con fibra de trigo en el secano interior del Valle del Itata, compuesto por las comunas de San Nicolás, Portezuelo, Ninhue, Trehuaco y Quirihue en la Región del Bio Bio. http://www.sigpa.cl/media/upload/docs/2018-02-18_Investigación_participativa_cuelcha.pdf Consulta: 10 de agosto 2023].
 13. Martínez *et al.*, (2021) Plan de Salvaguardia. Técnica de la cuelcha. Centro de Estudios Ñuble, Universidad del Bío-Bío. Chillán, Chile.
 14. Peters, T. y Waterman, RH (1982). En busca de la excelencia: lecciones de las empresas mejor administradas de Estados Unidos. Harper & Row
 15. Megías, J. 2012. Early adopters la clave al lanzar un nuevo modelo de negocio [en línea]. Javier Megías, España.

- <<http://javiermegias.com/blog/2012/12/early-adopters-clave-nuevomodelo-de-negocio-curva-adopcion-tecnologia/>>. [Consulta: 23 de junio 2023].
16. Mellado, C. (2017). Técnica de la cuelcha o trenzado con fibra de trigo en el secano interior del Valle del Itata, compuesto por las comunas de San Nicolás, Portezuelo, Ninhue, Trehuaco y Quirihue en la Región de Biobío. Inventario Priorizado del Patrimonio cultural inmaterial en Chile. [Consulta: 27 de agosto 2023]
 17. Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio. CNCA, (2019). El Proceso para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en Chile: Herramientas para la gestión local del patrimonio cultural inmaterial El Proceso para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en Chile. Editorial Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2019/08/herramientas-para-la-gestionlocal-proceso-para-la-salvaguardia.pdf>
 18. Osterwalder, A. 2004. The business model ontology a proposition ina design science approach. Pour l'obtention du grade de Docteur en Informatique de Gestion. These, Docteur en Informatique de Gestion. Ubiversite de Lausanne, Ecole des hautes etudes commerciales. Lausanne, Suisse. [Consulta: 16 de agosto 2023].
 19. Pinto,G. (2015). Modelo de Negocio Gourmet para la empresa Bioleche Lácteros S.A, ubicada en la Provincia del BíoBío. Memoria de título para optar al grado de Ingeniero Agroindustrial. Universidad de Concepción, Chillan, Chile.
 20. Porter,M.E (2007). Estrategia competitiva: Tecncias para el analissi de los sectores industriales y de la competencia. Mexico D.F
 21. Quintero, J (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. Telos, 8(3),377-389. [en línea] <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318788001>. [Consulta:17 de Agosto 2023].
 22. SIGPA (Sistema de Información para la Gestión Patrimonial), 2015. Ficha de registro: Colchanderos y colchanderas de Trehuaco. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. [en línea]. [Consulta: 22 de diciembre 2022].
 23. Silva, P. (2015) Proyecto de Innovación “Valorización del Patrimonio agrario y agroalimentario”: Innovación en la cadena de valor: “Chupallas de Ninhue”, mediante el rescate de tradiciones, oficios y variedades locales de trigo para la fabricación de cuelchas. FIA, Ministerio de Agricultura. Santiago, Chile.
 24. Silva Candia, P., Arce, A., Becerra, M., Carvajal, D. y Gallegos, V. (2017). Variedades locales de trigo del Valle del Itata. [en línea]. Fundación de Innovación Agraria. Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile, Santiago. Disponible en <<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/170263>>. [Consulta: 28 de agosto

2023].

25. Silva Candia, P., Arce, A., Iribarra, F. y Cortés Belmar, M. (2018). Chupallas de Ninhue: una denominación de origen para el Valle del Itata. Disponible en <<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/170264>> [Consulta:27 de agosto 2023].
26. Valdebenito, Y. (2021). Del Tesoro Humano Vivo al inventario participativo: una contribución a la salvaguarda del patrimonio biocultural desde la colaboración entre museos y comunidades en Ñuble. Proyecto de Grado, Magíster en Patrimonio Cultural de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al grado académico de Magíster en Patrimonio Cultural. Pontificia Universidad Católica de Chile Programa Magíster en Patrimonio Cultural. Santiago, Chile.
27. Vidal, E y D. Parra (2016). Técnica de la cuelcha o trenzado en fibra de trigo dentro de la tradición artesanal de la zona rural y campesina en el seco del Valle del Río Itata, con especial énfasis en la comuna de Trehuaco. Inventario Priorizado del Patrimonio cultural inmaterial en Chile. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Región del Biobío. <http://www.sigpa.cl/media/upload/docs/2017-03-22_Informe.pdf>. [Consulta: 13 de septiembre 2023].
28. Zerega, (2017). Relaciones sociales y culturales entre los actores de la Cadena de valor de Chupallas de Ninhue. Memoria para optar al título profesional de Ingeniero en Recursos Naturales Renovables. Facultad de Ciencias. Agronómicas, Universidad de Chile. Santiago.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista semiestructurada "Técnica de la cuelcha". Metodología utilizada según Vidal, 2016. Trenzado en paja de trigo. Metodología sobre topologías y técnicas.

Ítem	Preguntas
Elaboración de la cuelcha	<p>El trigo es la materia prima para la elaboración de su cuelcha, ¿qué tipo de trigo utiliza para colchar? ¿es el único o utiliza otras variedades?</p> <p>¿Antiguamente se usaba el mismo?</p> <p>¿Cómo obtiene su materia prima?</p> <p>Como selecciona la caña de trigo:</p> <p>Ud. conoce el proceso de producción del trigo? ¿Podría describir en qué consiste? (Tiempos, herramientas y máquinas utilizadas)</p> <p>¿Quiénes participan en la producción del trigo? Familia materna, familia paterna, cónyuge, otros).</p>

Continuación Anexo 1. Entrevista semiestructurada "Técnica de la cuelcha.
"Metodología utilizada según Vidal, 2016. Trenzado en paja de trigo. Metodología sobre topologías y técnicas.

Ítem	Preguntas
Comercia- lización	<p>¿Como Ud. rentabiliza el cultivo del trigo? Cuál es el rendimiento/ha de trigo? ¿Sabe que variedad utiliza? ¿Cuáles son los costos relacionados a este trabajo? ¿Quiénes participan? ¿Cuánto tiempo demora? ¿Porque elabora la cuelcha? (Destacar su importancia). ¿Ser artesano es la fuente principal de ingresos de la casa? Ud. comercializa a través de intermediarios? ¿Se le ha hecho más difícil conseguir sus insumos y materias primas con la pandemia? ¿Le es rentable este negocio? Ud. ha buscado alternativas para el desarrollo de nuevos productos con base en cuelchas, lana, mimbre entre otras materias primas? ¿Como cree Ud que se podría mejorar el problema de la oferta turística en la zona? ¿De qué manera Ud. comercializa sus productos? (Puestos de ventas físicos en mercados y ferias, Por medio de amistades, A través de Internet, Otra) Ud comercializa dentro de la comuna o fuera de la comuna? (Dentro de la comuna, Afuera de la comuna) ¿Ud. posee con todo el equipamiento en su lugar de trabajo para realizar sus actividades? ¿Conoce Ud. la procedencia de los insumos que utiliza en la elaboración de los productos?</p>
Riesgos	<p>¿Como ve su oficio en la actualidad? ¿Cómo cree Ud. que ve la comunidad en general su oficio? ¿A su juicio que problemas presenta en la actualidad dicha tradición? Cree que la transmisión de su conocimiento como colchandero/a puede estar en peligro? ¿Con que acciones cree Ud. que se podría revertir la situación? Que es lo positivo que podría destacar del ser colchandero/a? ¿y lo negativo?</p>
Comen- tarios	<p>¿Por último, desea mencionar otros antecedentes que pudiesen complementar la información?</p>