

ETAPA 2: PLAN DE AMPLIACIÓN DEL RETO DE INNOVACIÓN

Nota: El Plan de Ampliación tiene como propósito profundizar en la comprensión del problema u oportunidad de mejora identificado en la etapa 1: Marco, mediante la recolección de información desde diferentes fuentes y actores. Esta etapa busca comprender el problema en su contexto real, identificar sus causas, efectos y dinámicas territoriales, y evitar la formulación de soluciones predeterminadas o basadas únicamente en supuestos institucionales.

Alcaldía local: Engativá				
Líder del proceso de innovación: Florentino Rodriguez Vaquez				
Actividades de ampliación realizadas				
Nota: Añada las filas necesarias para registrar las diferentes actividades.				
Tipo de actividad	Descripción de la actividad	Actores involucrados	Objetivo de la actividad	Fecha de realización
INVESTIGACIÓN	Consulta de investigaciones Camara de comercio	Camara de Comercio Bogotá	Determinar necesidades de los emprendedores	1 Octubre de 2025

Análisis del problema Espina de Pescado (Ishikawa) Problema: <i>Baja competitividad y generación de ingresos de los artesanos</i> Categorías de causas: 1. Método - Falta de procesos estandarizados 2. Mano de obra - Ausencia de estrategias comerciales claras 3. Maquinaria / Tecnología - Falta de capacitación técnica y empresarial - Escasas habilidades digitales 4. Materiales - Herramientas obsoletas o insuficientes - Bajo acceso a tecnología digital 5. Medio (entorno) - Insumos costosos o de baja calidad - Dificultad en la cadena de abastecimiento 6. Medición - Alta competencia en el mercado - Poco apoyo institucional sostenido				
--	--	--	--	--

- Falta de indicadores de ventas y producción
- Desconocimiento del comportamiento del mercado

Problema central:

Los artesanos de la comunidad presentan limitaciones en el desarrollo de sus proyectos productivos, comerciales y digitales, lo que afecta su capacidad para generar ingresos sostenibles. Esta situación se evidencia en las dificultades para acceder a mercados, la baja innovación en sus productos, el escaso uso de herramientas digitales y la débil organización asociativa.

la falta de fortalecimiento en sus capacidades productivas y comerciales reduce su competitividad, limita la visibilización de sus productos y pone en riesgo la preservación de los saberes tradicionales y el mejoramiento de su calidad de vida.

Causas del problema:

la falta de fortalecimiento en sus capacidades productivas y comerciales reduce su competitividad, limita la visibilización de sus productos

Efectos del problema:

pone en riesgo la preservación de los saberes tradicionales y el mejoramiento de su calidad de vida.

Actores involucrados

Nota: Añada las filas necesarias para registrar los diferentes actores

Actor	Relación con el problema
Artesanos de la comunidad (actores principales)	Son quienes enfrentan de manera directa las limitaciones en capacidades productivas, comerciales, digitales y organizativas. Su nivel de formación, acceso a recursos y grado de asociatividad inciden directamente en la baja competitividad y generación de ingresos.
Clientes / Consumidores	Sus preferencias, hábitos de consumo y nivel

	de conocimiento sobre productos artesanales afectan la demanda. La baja visibilización limita su acceso a estos productos.
Intermediarios y comercializadores	Pueden facilitar el acceso al mercado, pero también reducir las ganancias de los artesanos si existen condiciones de negociación desfavorables.
Plataformas digitales (redes sociales, e-commerce)	Representan una oportunidad clave de comercialización que no está siendo aprovechada plenamente por falta de habilidades digitales.
Proveedores de materias primas	La calidad, costo y disponibilidad de insumos afectan directamente la producción y competitividad de los productos artesanales.
Población o territorio impactado Base de datos de la Alcaldía de Engativá de mas de 1400 emprendedores que no tienen vitrina comercial y con bajas capacidades de manejo digital	
Insights o aprendizajes relevantes El problema es integral, no aislado La baja competitividad de los artesanos no se debe a un único factor, sino a la combinación de limitaciones productivas, comerciales, digitales y organizativas. Intervenir solo en uno de estos aspectos no genera cambios sostenibles. La comercialización es el principal cuello de botella Aunque muchos artesanos cuentan con habilidades productivas, las mayores dificultades se concentran en la venta de sus productos, el acceso a mercados y la promoción efectiva. Existe una brecha digital significativa El bajo uso de herramientas digitales limita la visibilidad, el posicionamiento y las oportunidades de venta, especialmente en canales virtuales que hoy son clave para la competitividad. Hay oportunidades desaprovechadas en el mercado Existe interés por productos artesanales con valor cultural, pero la falta de estrategias de marketing, diseño e innovación impide aprovechar plenamente esta demanda. La falta de articulación entre actores limita el impacto	

Los actores (instituciones, artesanos, mercado, academia) operan de manera desarticulada, lo que reduce la efectividad de las intervenciones y la sostenibilidad de los procesos.