



Diagnóstico estratégico de las MiPyMEs artesanales en Colombia

Strategic diagnosis of artisan MiPyMEs in Colombia

SERRANO AMADO, Ana Milena [1](#); CASTRO RODRIGUEZ Carolina [2](#) y AMADO CELY, Nidia Paola [3](#)

Recibido: 21/11/2018 • Aprobado: 19/02/2019 • Publicado 08/04/2019

Contenido

- [1. Introducción](#)
 - [2. Revisión de literatura](#)
 - [3. Metodología](#)
 - [4. Resultados](#)
 - [5. Conclusiones](#)
- [Referencias](#)

RESUMEN:

Este artículo tiene como objetivo realizar un diagnóstico estratégico para las MiPymes artesanales en el municipio de Sogamoso, mediante una metodología cuantitativa, con un método descriptivo, aplicando una encuesta socioeconómica donde se indagó sobre variables como: aspectos generales, factores administrativos, humanos, de innovación, mercadeo y financiero; con el ánimo de examinar la sostenibilidad del sector artesanal. En esta investigación se determinó la DOFA encontradas, con aras a proponer estrategias que ayuden a fortalecer esta actividad económica para el municipio de Sogamoso, Colombia.

Palabras clave: Artesanías, competitividad, sostenibilidad, desarrollo económico

ABSTRACT:

The objective of this article is to carry out a strategic diagnosis for artisan MiPymes in the municipality of Sogamoso, using a methodology of quantitative approach, with a descriptive method, applying a socioeconomic survey where variables such as: general aspects of artisan MSMEs, administrative, human, innovation, marketing and financial factors; with the aim of examining the sustainability of the artisanal sector, since in recent years there has been a decrease in the economic value granted to this type of practices, which have been recognized at the national level. In this research the strengths, threats, opportunities and weaknesses found in this sector were determined, in order to propose short, medium and long term strategies that contribute to strengthen this economic activity for the municipality of Sogamoso.

Keywords: Crafts, competitiveness, sustainability, economic development

1. Introducción

Las pequeñas y las medianas empresas representan a nivel mundial un eje indispensable para la generación de riqueza, donde el empleo es prioridad en el fortalecimiento económico y empresarial. En el caso colombiano representan el "99.9% de las empresas (96.4% micros, 3.0% pequeñas y 0.5% medianas), generando un 67% del empleo y un 37% de la producción" (Viñals, 2014), aportando el 28% del producto interno bruto. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, 2016), donde el sector manufacturero tiene una participación del 90,6% generando el 43,5% del empleo total, aportando un 32,6% de la producción bruta y el 27% del valor agregado.

El sector artesanal en Colombia cuenta con alrededor de 300.000 artesanos ubicados

primordialmente en la Costa Atlántica, Eje cafetero, Nariño, Boyacá, Putumayo, Santander, Tolima y Distrito Capital, destacando entre sus productos el sombrero Vueltiao, Barniz de Pasto, la Ruana alpargatas, la mochila arahuaca, la bisutería colombiana y las chivas de barro.

El departamento de Boyacá es reconocido a nivel nacional por su tradición y variedad artesanal, características que han trascendido a través de la historia, siendo eje estratégico para la generación de empleo de 1.621 artesanos, quienes utilizan la riqueza natural para fabricar sus productos, dicha riqueza corresponde a materias primas vegetales, minerales y animales, realizando un proceso de transformación, destacando la creatividad y habilidad, y representando creencias, costumbres, sueños e historia.

Dentro de las artesanías más representativas del departamento se encuentran la cestería destacada en Guacamayas, Tenza y Chinavita, el esparto en Cerinza Guacamayas, Belén y Valle de Tenza, la tejeduría en lana en Monguít, Nobsa, Iza, Güicán, Chiscas y El Cocuy, la talla de carbón representada en Tópaga y Morca, la talla en piedra en Moniquirá y Sogamoso, talla en madera Duitama, Nobsa Villa de Leyva, Tunja Labranzagrande, Zetaquirá y Somondoco, la cerámica en Ráquira, Belén y la Capilla, la artesanía en tagua originada en Chiquinquirá, y la cerámica vidriada en Chiquinquirá, Úmbita y La Capilla (Ministerio de Cultura Min cultura, sistema nacional de información cultural, 2018)

En el municipio de Sogamoso, foco de la investigación, según estudio presentado por la Cámara de Comercio se encuentran vigentes 314 MiPymes en el sector industrial y manufacturero, de las cuales 310 son microempresas, 26 pequeñas empresas y 5 medianas empresas, destacándose el sector artesanal como determinante para la economía del municipio; siendo las cerámicas talladas en carbón, el tejido de lana de oveja y la madera, fuentes importantes para los ingresos económicos de los artesanos sogamoseños.

Para establecer el desarrollo de la investigación de las MiPymes dedicadas a la elaboración y comercialización de productos artesanales, se hizo necesario reconocer la importancia de los factores que influyen en el crecimiento y desarrollo de las mismas, entre los que se encuentran el factor administrativo y gerencial, financiero, marketing, producto, recurso humano e innovación, etc., dicho análisis se realizó mediante un diagnóstico estratégico siguiendo la definición de (Amaya, 2005a) que aclara que para un ideal "marco de referencia para el análisis de una situación actual de la compañía tanto internamente como a su entorno, es necesario obtener y procesar la información con el fin de identificar allí oportunidades y amenazas así como las fortalezas y debilidades".

A través de los años las artesanías se han ido devaluando debido a la industrialización de los procesos y la producción en masa, contribuyendo al desplazamiento de la producción manual y conllevando a la baja calidad reflejada en un menor precio, lo que ha dejado a los artesanos a la deriva, generando competencia desleal y disminución de oportunidades de expansión y crecimiento.

El sector artesanal en Sogamoso presenta una baja producción y comercialización, puesto que no se evidencia organización por parte de los artesanos en la conformación de sociedades y la implantación de estrategias que permitan el buen desarrollo económico. Aspectos como la producción empírica, la baja calidad de los productos, la falta de innovación y tecnificación en sus procesos, la limitación de producción debido al tiempo que requiere la elaboración manual, entre otros, permiten que esta actividad no presente un crecimiento significativo en el municipio. Los artesanos dedicados a esta labor, realizan sus procesos de transformación y venta en su lugar de residencia, debido a que no cuentan con un lugar puntual donde exhibir y promocionar sus productos, generando la búsqueda de otras fuentes de ingresos, ya que la comercialización de artesanías no presenta un nivel de ventas rentable.

Es por esto que se produce la necesidad de realizar el diagnóstico estratégico de estas empresas, con el ánimo de identificar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que presentan estas organizaciones; y así mismo establecer estrategias que conlleven al crecimiento de este sector; se implementa mediante una metodología de enfoque cuantitativo, desarrollando un método descriptivo, utilizando como instrumento de recolección de la información una encuesta socioeconómica en la cual se indagan aspectos generales de las MiPymes artesanales; como resultado se plantea el diagnóstico estratégico mediante un análisis DOFA, destacando estrategias determinantes en el ambiente interno y externo de las empresas dedicadas a esta labor.

2. Revisión de literatura

Para la realización de la bibliografía se toman como ejes temáticos fundamentales el diagnóstico estratégico, MiPymes y sector artesanal, abordando teóricos de diversas bases de datos para construir este apartado.

2.1. Diagnóstico estratégico

“El concepto diagnóstico se inscribe dentro de un proceso de gestión preventivo y estratégico, se constituye como un medio de análisis que permite el cambio, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento para su adecuada dirección, por otro lado es un proceso de evaluación permanente de la empresa a través de indicadores permiten medir los signos vitales” Braidot, Formento, & Nicolini, (2003) “El diagnóstico es una herramienta de la dirección y corresponde con un proceso de colaboración entre los miembros de la organización y el consultor para alcanzar información pertinente, analizarla e identificar un conjunto de variables que permitan establecer conclusiones”. Braidot, Formento, Nicolini (2003)

El diagnóstico estratégico para el caso de las MiPymes artesanales debe estar compuesto por unas variables de tipo externo donde está involucrado el mercado, la demanda, los clientes la competencia directa que tenga en el entorno, la tecnología, la evolución de las políticas sociales y económicas; así como los factores socio culturales del municipio de Sogamoso.

Del mismo modo el diagnóstico estratégico es la parte principal y fundamental de una actividad, el cual se puede describir como el proceso de análisis que permite conocer los recursos principales de los medios que se dispone, a la situación económica y financiera en que se encuentra, y destaca las habilidades y capacidades que tienen con el fin de mejorar y mantener su posición competitiva.

Según Vértice (2010) El diagnóstico estratégico interno debe ir orientado a una evaluación del potencial de su capacidad global como un sistema que incluye todas las capacidades específicas desarrolladas para cada función básica; adicionalmente este diagnóstico estratégico debe comprender variables de tipo externo donde se ven involucrados el mercado, la demanda, los clientes la competencia directa que tenga en el entorno, la tecnología, la evolución de las políticas sociales y económicas como los factores socio culturales donde se encuentre el entorno del mercado.

Las variables de tipo interno están compuestas por la situación actual de la organización y se componen por las diferentes áreas de la empresa, recursos humanos, financieros, técnicos y los métodos de gestión y control de la empresa.

Uno de los objetivos por el cual se realiza un diagnóstico estratégico en este artículo es por la identificación de los puntos fuertes como las ventajas, recursos y habilidades; y los débiles como inconvenientes, restricciones y desventajas que presentan las MiPymes artesanales en el municipio de Sogamoso con el propósito de destacar las debilidades y amenazas, fortalezas y oportunidades del sector.

Otro aspecto importante son las estrategias, que se definen como “planes que tienen los directivos superiores para obtener resultados compatibles con las misiones y objetivos de la organización; y como un plan, una orientación, una guía o un rumbo de acción hacia el futuro, es parte de un proceso de carácter cíclico, puede ser de carácter informal, intuitivo siguiendo un proceso repetitivo simple en el cual se planean objetivos” Mintzberg (1991). Del mismo modo Montoya (2009) describe la estrategia como “la elección de una posición valiosa y única afianzada o enraizada en sistemas de actividades que son muy difíciles de evaluar”. Este autor hace un análisis de la estrategia teniendo como referencia a Mintzberg el cual resalta que la estrategia es importante para el desempeño y llegar al cumplimiento de las “metas”, logrando con esto una “ventaja competitiva” en el estudio que se esté realizando.

En el caso de la minería ilegal es importante establecer estrategias que ayuden a la fijación de objetivos, metas y una ventaja competitiva que beneficie al municipio de Sogamoso el cual se ha visto afectado económicamente debido a la evasión de impuestos por parte de los dueños de las minas que realizan esta actividad ilícitamente.

Es importante tener en cuenta la dirección estratégica, la cual es definida por el mismo autor como “la identificación y descripción de la acciones o variables para lograr mejor rentabilidad”; entre algunas variables se tienen los precios de bienes y servicios, precios de insumos y estructura de costos y preferencia de los consumidores y compradores”

Para esta investigación la estrategia empresarial va dirigida a los empresarios de las MiPymes de

artesanías que están desempeñando esta labor en el municipio de Sogamoso, la cual permite que los empresarios puedan identificar sus fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades, logrando así ventajas competitivas en el mercado, obteniendo mayores fuentes de ingreso, empleos directos e indirectos y generando valor agregado en el Desarrollo económico de Departamento de Boyacá y particularmente en el municipio de Sogamoso.

Para realizar las estrategias empresariales se debe tener como referencia el análisis del entorno, este análisis es importante para detectar tendencias y acontecimientos del pasado, presente y futuro de la sociedad. Para hacer este diagnóstico se utilizó el análisis DOFA el cual busca responder al interrogante en "donde estamos hoy" (Amaya, 2005b, p. 37); destacando como variable las debilidades y fortalezas que impactan a las empresas; enfocándolo en la capacidad directiva, competitiva, financiera, tecnológica y el talento humano; igualmente se determinan la oportunidades y amenazas tomando como énfasis factores económicos, políticos, sociales, tecnológicos competitivos, geográficos.

Igualmente para Palacios (2018) la matriz DOFA es indispensable para "examinar las características de una entidad y el entorno en el cual se encuentra inmersa, aplicar en todos los niveles de la organización, aplicar en diferentes unidades como procesos, productos, divisiones y secciones" (p.35); para (Pedros & Gutiérrez, 2012) los objetivos que pretende esta metodología DOFA son convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades; llevándola a cabo mediante la "identificación de los cambios clave en el entorno de la organización, el análisis de los recursos y capacidades y la descripción gráfica de los resultados en el cuadrante"(p.110)

2.2. Producción Artesana

Las artesanías en Boyacá se han destacado por ser una de las cartas de presentación más representativas en el turismo de la región, no sólo por su valor económico sino también por su valor histórico, ya que datan de la época muisca. Dentro de la variedad de productos artesanales se encuentran:

Tejido: Representa una actividad artesanal entre los nativos y constituía para ellos un aspecto económico importante, pues el sobrante de producción lo intercambiaban al lado de la sal, con pueblos vecinos en un activo comercio que les procuraba artículos de los cuales carecían. (Montaña, 2003). Actualmente este tipo de arte manual sigue siendo reconocida y apetecida por turistas y locales, debido a la variedad de diseños.

Madera: Es un arte en el cual se pueden encontrar desde cocas, trompos, yoyos y cucharas, hasta lujosos muebles coloniales. En la artesanía boyacense son de especial importancia los trabajos hechos en madera debido a la utilización de diversas variedades en cedro, nogal, pino, encino, caoba, guayacán, higuerón, aliso, yuko y sauce, entre otros. (Cruz, 2003)

Alfarería: Fue uno de los aspectos más representativos en la vida de los pueblos precolombinos. Entre los muisca existió una vasta producción alfarera, la cual se destinó no solamente para el uso doméstico, sino también para el comercio tanto interno como de otros pueblos. Los cantaros, ollas y cuencos de diversos tamaños y formas acompañaron las actividades domésticas del pueblo muisca. (Niño, 1997).

2.3. Pequeña y Mediana empresa MiPymes.

En América Latina las clasificaciones de las MiPymes se toman teniendo en cuenta el número de empleados y el sector productivo donde se esté desarrollando, tomando la clasificación por el número de trabajadores, volumen de ventas y el monto de los activos.

En Colombia la definición del tamaño de una empresa está reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley MiPymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004, Ley 1111 de 2006 y Ley 1151 de 2007) en donde se determina su tamaño de acuerdo con activos y número de trabajadores. Está en proceso la reglamentación del artículo 24 de la Ley 1450 de 2011 que añade a las dos determinantes mencionadas, el valor de ventas brutas anuales. Este último se tomará en cuenta para la obtención de beneficios por parte del Gobierno Nacional

El tamaño de una empresa está condicionado a varios determinantes. Kumar, Rajan, & Zingales (1999) manifiestan tres enfoques para la determinación del tamaño de las empresas: tecnológico, organizacional y de ambiente en los negocios. El enfoque tecnológico es mediado por la eficiencia técnica de la empresa, el enfoque organizacional por la eficiencia en los costos de transacción y el de ambiente de negocios, de acuerdo con el marco regulatorio y acceso a recursos financieros.

Tabla 1
Clasificación Legal de las empresas en Colombia a 2017

Tamaño	Activos en SMMLVa	Número de Trabajadores
Micro	Menos de 500	Menor o igual a 10
Pequeña	Entre 501 hasta 5000	Entre 11 hasta 50
Mediana	Entre 501 hasta 30000	Entre 51 hasta 200
Grande	De 30000 en adelante	De 200 en adelante

Fuente: Elaboración a partir de definiciones de la Ley 905 de 2004

En ese sentido, se asumen las MiPymes en Colombia como empresas de tamaño micro, pequeña y mediana. Para Saavedra & Hernández (2008) la importancia de las MiPymes radica en que participan ampliamente en la generación de empleo y en la producción de bienes y servicios. En el caso de Colombia la afirmación se soporta en estadísticas del DANE quien manifiesta que para el 2016 las MiPymes generó alrededor de 67% del empleo y aportó 28% del Producto Interno Bruto (PIB). Por su parte, según informes del Registro Único Empresarial y Social (RUES), en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas.

En el caso de las MiPymes turísticas en alojamiento, el informe de dinámica empresarial en Colombia (Confecámaras, 2017) afirma que de las 299.632 unidades productivas creadas para el año 2016, el 13,1% tuvo representación en los servicios de alojamiento y comida por encima de la industria manufacturera (10,7%) y actividades de construcción (5,8%).

3. Metodología

3.1. Enfoque Metodológico

Para el desarrollo de la investigación se tomó el paradigma cuantitativo el cual representa "el conjunto de opciones metodológicas a través de las cuales se expresa el paradigma positivista en la investigación de los hechos sociales" (Ruiz B, s. f., p. 8); adicionalmente es definida como un "modelo integral sobre cómo realizar una investigación científica y como interpretar los resultados" (Rodríguez & Valldeoriola, 2012.), destacando las siguientes características: "los hechos estudiados, los cuales tienen que ser medibles, válidos y confiables, los datos se analizan estadísticamente organizándolos en cuadros y gráficas, se cuenta con un orden." (Ruiz B, s. f., p. 8). Así mismo se puede incluir que en este tipo de investigación se "recoge, procesa y analiza" los datos con el fin de organizarlos y darlos como resultado. (Sarduy Domínguez, 2007, p. 5), esto con el propósito de establecer las características sobre los factores administrativo y gerencial, recurso humano, innovación, marketing, producto y financiero en las MiPymes dedicadas a la elaboración y comercialización de productos artesanales en el municipio de Sogamoso.

La unidad estadística principal es cada una de las MiPymes en categoría artesanos en la ciudad de Sogamoso. La unidad de observación corresponde al participante asignado en cada Mipyme de estudio (idealmente, el propietario). Las MiPymes que se tienen en cuenta para el desarrollo de esta investigación, son aquellas registradas en las bases de datos de la Cámara de Comercio de Sogamoso hasta el 13 de Mayo del 2017. De ahí se obtiene un universo de 84 MiPymes artesanales, se implementa como instrumento una encuesta modelo suministrada la alcaldía en la Alianza Interinstitucional Municipio de Sogamoso, UPTC Sogamoso y SENA Regional Boyacá para los proyectos enfocados a la caracterización de los diferentes sectores que aportan a la economía del municipio, la cual se adaptó de acuerdo con las características de la investigación en el sector artesanal.

De ahí se obtiene que el universo está constituido por 84 MiPymes distribuidos en el municipio de Sogamoso. Por esta razón y siguiendo la clasificación realizada por el Ministerio de Comercio, Industria en su guía dedicada a la industria en Boyacá (s.f.), se hace una estratificación del municipio en dos grupos. El primer estrato, constituido por los establecimientos de los municipios clasificados como de mayor actividad artesanal, y el segundo estrato, constituido por los

establecimientos de los municipios clasificados como de menor actividad industrial

De esta manera, las 84 MiPymes pertenecientes al Sogamoso, en las veredas Chapinero, Jardín y Villita hacen parte del primer estrato. Y los restantes en establecimientos pertenecientes a las veredas de los libertadores, San Rafael, Sugamuxi, y Laguito hacen parte del segundo estrato.

El tamaño de muestra mínimo necesario para que la estimación de variables cuantitativas sea generalizable y confiable en el Muestreo Aleatorio Estratificado, se calcula mediante la Ecuación 1. Para la estimación de variables cualitativas, el tamaño de muestra mínimo se calcula teniendo en cuenta la Ecuación 2 (Scheaffer, Mendehall y Lyman, 2007).

$$n = \frac{\sum_{i=1}^{13} N_i^2 \sigma_i^2 / a_i}{N^2 D + \sum_{i=1}^{13} N_i \sigma_i^2}$$

Ecuación 1. Tamaño de muestra MAE variables cuantitativas.

$$n = \frac{\sum_{i=1}^{13} N_i^2 p_i (1 - p)_i / a_i}{N^2 D + \sum_{i=1}^{13} N_i p_i (1 - p)_i}$$

Ecuación 2. Tamaño de muestra MAE variables cualitativas.

Donde la notación significa:

n : Tamaño mínimo de muestra

N_i : Tamaño de población en estrato i = Número de MiPymes en el estrato i

σ_i : Varianza de variable cuantitativa en estrato i

p_i : Proporción de casos positivos en variable cualitativa en estrato i

a_i : Asignación de muestra en estrato i

N : Tamaño de población = Número de MiPymes

$$D = \frac{(LEE)^2}{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2}$$

Si bien es cierto que parámetros como N, N_i, a_i, LEE y $Z_{\alpha/2}^2$, pueden ser determinados a priori, para el cálculo del tamaño mínimo de muestra hace falta la información correspondiente a σ_i y p_i . Scheaffer, Mendehall y Lyman (2007), recomiendan para estos casos revisar estudios similares en los que se pueda extraer varianzas y proporciones de variables similares en poblaciones similares, consultar expertos, hacer una prueba piloto o utilizar $p_i = 0.5$ y $\sigma_i = \frac{y_{\max} - y_{\min}}{6}$, estimaciones útiles al no tener mayor información, pero que sin embargo arrojan el mayor tamaño mínimo de muestra.

La muestra para cada uno de los estratos se fija por medio de la asignación proporcional. Esto significa que a mayor cantidad de MiPymes en un estrato, mayor cantidad de muestra le corresponde. En la siguiente Tabla, se exhiben los resultados de este procedimiento.

Cuadro 1
Tamaño de muestra por estrato

Estratos	N	a_i	n
Estrato 1	70		
Estrato 2	14		
Total	84		

Fuente. Elaboración propia

Por su parte, la selección de la muestra se realiza de manera probabilística. Asignando a cada uno de los establecimientos un número, y mediante un generador de números aleatorios, seleccionando los establecimientos a ser parte de la muestra.

4. Resultados

La caracterización del sector artesanal en el municipio se presenta como una herramienta que permite identificar las diferentes variables que influyen negativa o positivamente en el mismo, brindando información tanto a los artesanos como a la alcaldía sobre la capacidad del gremio para aportar económicamente al municipio; con el fin de incentivar el apoyo y fortalecimiento por medio de propuestas que generen el aumento tanto en productores como en compradores. Se presenta un análisis dividido en los factores más relevantes como: administrativo y gerencial, recurso humano, innovación, marketing, producto y financiero.

Para el desarrollo de la investigación se diseñó una encuesta de caracterización con la siguiente ficha de encuesta.

Tabla 1
Ficha socioeconómica de Encuesta

1. Aspectos generales de las MiPymes artesanales en el municipio	Tamaño de empresa
	Actividad económica
	Régimen
2. Factor administrativo y gerencial	Pertenece a asociación de artesanos
	Existe estructura organizacional
	Cuenta con apoyo institucional
3. Factor humano	Maneja vinculación laboral
	Tipo de vinculación
	Formación académica
	Formación artesanal
4. Factor Innovación	Tiene claro que es innovación
	Destina recursos para innovar
	Línea donde se implementa innovación
5. Factor Marketing	Elabora plan de mercadeo
	Donde comercializa
	% ventas 2015-2016
	Considera necesaria la creación de lugar específico para comercializar artesanías en el municipio
	Considera necesaria la creación de asociaciones de artesanos
	Demanda constante
	Años de actividad comercial
	Conocimiento de competidores

	Conocimiento de proveedores
	Determinación de precios
	Tipo de artesanía
	Existe en la empresa un modelo de SGC
	Cuenta con plan de manejo ambiental
	Maneja políticas de responsabilidad social
6. Factor Financiero	Aspectos que impiden cumplir con obligaciones
	La utilidad permite sostenibilidad
	La demanda de productos artesanales contribuye a la sostenibilidad
	Busca fuentes de financiación

Fuente: (Autores, 2018)

Teniendo en cuenta la encuesta aplicada y analizada a los artesanos de la ciudad de Sogamoso se resalta que en el municipio se desarrolla la matriz DOFA la cual es difundida como un procedimiento de gran utilidad para afianzar la comprensión de los conceptos previamente analizados, sobre todo en lo referente a la definición de estrategias a llevar a cabo.

Tabla 2
Representación Matriz DOFA

ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS.	DEBILIDADES
	<p>Las Mipymes dedicadas a la elaboración y comercialización de productos artesanales en el municipio de Sogamoso, se encuentran constituidas legalmente en un 55,71%, de las cuales un 5,71% son empresas de régimen común y un 50% empresas de régimen simplificado.</p> <p>.Las actividades artesanales desarrolladas en el municipio de Sogamoso en un 75,71% son representadas por el género femenino, quienes se dedican en su mayoría a actividades relacionadas con tejidos, manualidades, marroquinería, fique y pedrería; por otro lado el 24,29% representado por el género masculino, se dedica a la talla en carbón, madera, yeso y alfarería, lo que garantiza una especialización en la fabricación de los productos</p> <p>El 21,43% que pertenecen a algún</p>	<p>En el municipio de Sogamoso se encuentran un gran número de micro empresas artesanales, representadas por un 97,14% de la población encuestada, lo cual indica que la mayoría de estas, cuentan con menos de 3 trabajadores para realizar sus actividades de producción y comercialización, siendo un sector vulnerable desde el punto de vista económico, ya que por ser productos de tipo artesanal y por ser tan pocas las personas dedicadas a esta actividad se hace difícil una gran producción.</p> <p>El sector artesanal no cuenta con un apoyo institucional representado por un 70% de la población encuestada, lo que conlleva al poco desarrollo del sector y por ende su bajo aporte económico al área de su influencia.</p> <p>Debido a la baja rentabilidad que se obtiene en la elaboración y</p>

	<p>tipo de asociación artesanal, son pertenecientes a entidades de aprendizaje y emprendimiento municipal, brindados por la cámara de comercio, SENA y la Alcaldía, dentro de las que se encuentran Sogamoso nos Trama, ARTESOG y Cooperativa Manos Vivas, esto les ha permitido crecer como empresarios y generar nuevas dinámicas en su actividad.</p>	<p>comercialización de productos artesanales en el municipio de Sogamoso, los artesanos no cuentan con recursos para invertir en la línea de innovación, reflejado en el 71% de la población encuestada; solo el 29% destinan recursos, lo que se convierte en una debilidad del sector pues el concepto de innovación en las MiPymes es necesario a la hora de competir.</p> <p>El 72,86% de los encuestados consideran importante la creación de un lugar específico donde puedan exhibir sus creaciones tanto a residentes como visitantes, quienes a la hora de conocer la región tienden a buscar este tipo de productos</p>
--	--	---

ANÁLISIS EXTERNO		
-------------------------	--	--

<p>OPORTUNIDADES.</p> <p>En el sector artesanal la actividad económica más relevante es la de transformación y comercialización de materia prima.</p> <p>El 40% afirman conocer el tema tributario por medio de canales informativos como la cámara de comercio, medios de comunicación, y porque presentan declaraciones ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, lo que les permite tener herramientas legales frente a un posible negocio, a una posible alianza con otra empresa, incluso frente a la conformación de algún tipo de agremiación que le permita fortalecerse como empresa, los artesanos se enfocan en ofrecer calidad en sus productos, en cuanto a materias primas y terminados, es por eso que el 51% consideran que este es el factor que motiva a adquirir sus productos. El 49% se enfocan en el precio y la disponibilidad de sus creaciones, argumentando que sus clientes pueden encontrar en el mercado productos sustitutos a un menor precio y mayor variedad.</p>	<p>ESTRATEGIA FO</p> <p>Ofrecer programas de capacitación dirigidos a los artesanos con el fin de mejorar sus técnicas, conocimientos en contabilidad, comercialización, mercados, atención al cliente con el fin de mejorar sus actuales condiciones</p> <p>Identificar las potencialidades que tienen los productos, sus características diferenciadoras, para así proponer alternativa de mejoramiento o sostenibilidad</p>	<p>ESTRATEGIA DO</p> <p>Aprovechar la unión de algunos artesanos, buscando legalizar la asociatividad con el fin de buscar posibles mercados y garantizar entre todos la producción requerida.</p> <p>Generar espacios donde los artesanos puedan vender sus productos, un lugar especial en Sogamoso capital de provincia donde los compradores puedan llegar a apreciar y comprar.</p> <p>Asociar a los artesanos con el fin de aprovechar la autenticidad de los productos, buscando darlos a conocer</p>
--	---	---

AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
-----------------	----------------------	----------------------

<p>Se evidencia que el 44,29% de artesanos realizan sus actividades informalmente, argumentando que la venta de sus productos no genera la sostenibilidad adecuada para la empresa, lo que impiden que puedan entrar a competir con productos que llegan de diferentes lugares del país y del mundo que ofrecen almacenes legalmente constituidos y esto les permite hacer una competencia más abierta y sin ningún tipo de limitación.</p>	<p>Publicitar por diferentes medios los productos, con el fin de que la sociedad conozca cuales son las artesanías que se producen en su ciudad.</p>	<p>Mostrar los productos utilizando las redes sociales, páginas de internet y demás medios buscando un reconocimiento para llegar a encontrar una sostenibilidad en el mercado</p>
<p>Del 34,29% de las empresas que manejan vinculación laboral, un alto porcentaje representado por el 70,83% contratan a término fijo debido a que su nivel de producción es constante, el 29,17% restante pertenece a empresas que contratan el personal en temporadas decembrinas, ya sea a destajo, término indefinido o prestación de servicios, lo que no permite tener una dinámica laboral estable llegando incluso a la informalidad</p>	<p>Realizar campañas de sensibilización tanto a los artesanos como a la comunidad en general sobre la importancia de las artesanías como actividad cultural e histórica.</p> <p>Aprovechar los recursos económicos y en especie que en ocasiones otorga la administración municipal, departamental y nacional, con el fin de mejorar la competitividad del sector artesanal.</p> <p>Crear espacios en las redes sociales y diferentes medios de comunicación masiva, que se actualicen constantemente con los productos nuevos que fabrican los artesanos</p>	<p>Mostrar las diferentes técnicas utilizadas y la belleza de cada uno de los productos con el fin de aumentar el nivel de ventas.</p> <p>Vincular a las diferentes empresas que compran a los artesanos y revenden los productos para que ayuden a mostrar la importancia de las artesanías e incentiven el consumo de las mismas.</p>

Fuente: (Autores, 2018)

5. Conclusiones

Los factores que limitan el desarrollo de la competitividad en el sector artesanal del municipio se deben a la falta de organización del gremio, de un lugar específico donde comercialicen sus creaciones, los pocos demandantes y la deficiente implementación de estrategias que permitan su incursión en nuevos mercados mediante la participación en ferias artesanales dentro y fuera de la región, el artesano Sogamoseño busca fuentes para capacitarse mediante entes como en SENA, Cámara de Comercio y la Alcaldía municipal, para fortalecer sus prácticas y generar un valor agregado a sus creaciones con el fin de que sean más llamativas y por ende tengan mayor demanda.

En el municipio de Sogamoso existe gran variedad en la elaboración de productos artesanales dentro de los cuales se puede encontrar creaciones en materiales como fique, carbón, madera, tagua, orfebrería, entre otros; sin embargo, la que predomina es la tejeduría, debido a que es una práctica que ha sido transmitida de generación en generación y tiene alta demanda en lo que tiene que ver con accesorios y prendas de vestir ya que la región cundiboyacense se caracteriza por contar con clima frío.

Como recomendaciones se plantea el apoyo a la promoción, la formulación e implementación de proyectos que permitan al sector mayor reconocimiento a nivel municipal, regional y nacional, aprovechando los conocimientos adquiridos en las diferentes capacitaciones ofrecidas por instituciones como el SENA, la Cámara de Comercio y Alcaldía para fortalecer el crecimiento de las MiPymes dedicadas a la elaboración y comercialización de productos artesanales, con el fin de aumentar el nivel de participación de los artesanos en actividades organizadas por Artesanías de Colombia y poder dar a conocer las artesanías producidas en el municipio en otras regiones e incursionar en nuevos mercados

Es fundamental la creación de asociaciones que promuevan el desarrollo del gremio, fomentando una organización que vele por los beneficios colectivos y no individuales y, si es posible, que sea liderado por la alcaldía municipal garantizando que las oportunidades sean equitativas.

Referencias

- Amaya, J. A. (2005a). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Universidad Santo Tomás de Aquino.
- Amaya, J. A. (2005b). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Universidad Santo Tomás de Aquino.
- Arnold, M. y. (s.f.). Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas. *Cinta de moebio*.
- Braidot, N., Formento, H., & Nicolini, J. (2003). Desarrollo de una metodología de diagnóstico para empresas PyMEs industriales y de servicios:/p>
- Cruz, M. L. (2003). El Trabajo de la Madera. *Nuestra región 7 días*, 56.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2016). *Colombia - Índice de Competitividad Global*.
- Gobierno en línea. (27 de 7 de 2011). *Sitio Oficial de Sogamoso en Boyacá Colombia*. Obtenido de http://sogamoso-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml
- Kumar, K. B., Rajan, R. G., & Zingales, L. (1999). *What Determines Firm Size?* (SSRN Scholarly Paper No. ID 227556). Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from <https://papers.ssrn.com/abstract=227556>
- Mintzberg, H. (1991). *Mintzberg y la dirección*. Ediciones Díaz de Santos.
- Ministerio de Educación. (2001). *LEY 36 DE 1984*. Obtenido de www.minieducacion.gov.co/1621/articles-103967_archivo_pdf
- Ministerio de Educación. (2010). Obtenido de http://www.minieducacion.gov.co/1621/artides-254931_archivo_pdf_sena_pdf
- Montaña, A. C. (2003). Nuestro municipio. en a. c. montaña, *catedra suamox* (pág. 59). sogamoso: grafimpresos.
- Montoya, I. (2009). La Formación De La Estrategia En Mintzberg Y Las Posibilidades De Su Aportación Para El Futuro. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVII(2), 23-44.
- (Ministerio de Cultura Min cultura, sistema nacional de información cultural, 2018)
- Niño, E. E. (2001-2003). *plan de ordenamiento territorial 2000-2009*. sogamoso: grafimpresos.
- Niño, G. S. (1997). NUESTRO MUNICIPIO. En G. S. Niño, *SUAMOX* (pág. 21). Sogamoso.
- Palacios A, L. (2018). *Dirección estratégica*. Ecoe Ediciones.
- Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2012). *Diagnóstico estratégico*. Ediciones Díaz de Santos
- PUEBLOS EN RED*. (2012). Obtenido de www.pueblosenred.org
- Rodríguez, D., & Valdeoriola, J. (2012). *Metodología de la investigación*.
- Rodríguez, D., & Valdeoriola, J. (n.d.). *Metodología de la investigación*.
- Ruiz B, C. (n.d.). *Instrumentos y Tecnicas de Investigación educativa*. Danaga. Retrieved from https://books.google.com.co/books?id=_Q9aDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=enfoque+cuantitativo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiJqPK6osjXAhVD6iYKHZ5nBrkQ6AEINDAD#v=onepage&q=enfoque%20cuantitativo&f=false
- Saavedra G., M. L., & Hernández C., Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11(17). Retrieved from <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=25711784011>
- Scheaffer R., Mendehall W. y Lyman O. (2007). *Elementos de Muestro*. 6 ed. Thomson, México D. F.
- Sarduy Domínguez. (2005). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 33(3), 0-0.
- Scheaffer R., Mendehall W. y Lyman O. (2007). *Elementos de Muestro*. 6 ed. Thomson, México D. F.
- Vértice, E. (2010). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2008)*. Editorial Vértice.
- Viñals, J. (2014). *Análisis estratégico para el desarrollo de las MIPYMES en Colombia*. Cali Colombia. Retrieved from <http://biblio.uptc.edu.co:2098/a/39121/analisis-estrategico-para-el-desarrollo-de-las-mipymes-en-colombia>

1. Administrador de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica, Magister en Administración, Universidad Nacional de Colombia. Docente Asistente Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia. ana.serrano@uptc.edu.co, Colombia
 2. Administrador de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica, Magister en Administración, Universidad Nacional de Colombia. Docente Asistente Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia. carolina.castro@uptc.edu.co, Colombia
 3. Economista, Universidad Pedagógica y Tecnológica, Magister en Economía Economista, Universidad Pedagógica y Tecnológica, Docente Posgrados Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia. ana.serrano@uptc.edu.co, Colombia
-

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 40 (Nº 11) Año 2019

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](#)]