

---

Potencial exportador de las pymes fabricantes de artesanías del municipio de Morroa  
departamento de Sucre

Margarita Lucia Buelvas Pérez

Antonio Carlos Acosta Mejía

Kary Lucia López Salgado

Corporación Universitaria del Caribe - CECAR  
Facultada de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Modalidad a Distancia  
Sincelejo – Sucre  
2018

Potencial exportador de las pymes fabricantes de artesanías del municipio de Morroa  
departamento de Sucre

Margarita Lucia Buelvas Pérez

Antonio Carlos Acosta Mejía

Kary Lucia López Salgado

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administración de Empresa

Asesores

Héctor José Martínez García

Magíster

Ulises Tinoco Cantillo

Magíster

Corporación Universitaria del Caribe - CECAR  
Facultada de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Modalidad a Distancia  
Sincelejo – Sucre  
2018

**Nota de Aceptación**

Aprobado (4,07)

---

---

---

---

*[Signature]*

---

*[Signature]* Director

---

*[Signature]* Evaluador 1

---

*[Signature]* Evaluador 2

Sincelejo, Sucre, 30 de Noviembre de 2018

## Tabla de Contenido

Resumen .....	6
Abstract .....	7
Introducción .....	8
1. Descripción del problema .....	9
2. Objetivos .....	11
2.1. Objetivo General .....	11
2.2. Objetivos Específicos .....	11
3. Justificación .....	12
4. Metodología .....	14
4.1. Unidad de Análisis .....	14
5. Marco Teórico .....	15
5.1. Antecedentes .....	15
6. Marco Teórico .....	17
6.1. Comercio Internacional .....	19
7. Resultados.....	21
8. Potencial exportador de las pymes productoras de artesanías en el municipio de morroa. ...	33
9. Conclusiones .....	35
10. Referencias Bibliográficas .....	36
Anexos .....	38

### Lista de Figuras

Figura 1.	Año de fundación. ....	21
Figura 2.	¿Su negocio siempre ha funcionado aquí? .....	22
Figura 3.	¿Está registrado en la Cámara de Comercio? .....	23
Figura 4.	¿Cuenta con permisos sanitarios? .....	24
Figura 5.	¿Lleva algún tipo de contabilidad en su negocio? .....	25
Figura 6.	Fuente de capital inicial. ....	26
Figura 7.	Producción mensual. ....	27
Figura 8.	Horas al día en la fabricación del producto .....	28
Figura 9.	Forma de venta del producto.....	29
Figura 10.	¿Dónde vende la producción? .....	30
Figura 11.	Problemas de comercialización. ....	31
Figura 12.	Condiciones físicas donde lleva acabo la producción. ....	32

## Resumen

Las PYMES en Colombia como en muchas partes del mundo mantienen su comportamiento en cuanto a su estructura, tamaño y participación en la producción total del país. En el Departamento de Sucre, tradicionalmente existe una vocación agropecuaria donde se resalta la producción de carne de vacuno, de ñame, yuca, arroz entre otros productos. De igual forma en algunos municipios como Morroa, además de las actividades agropecuarias resalta la artesanía como una de las actividades emblemáticas y trascendentales para la población. La mayor concentración de esta actividad se localiza en la cabecera municipal en donde existe un número importante de pequeñas empresas familiares artesanales, fundamentalmente productoras de hamacas, de derivados del hilo y del maguey como bolsos, billeteras, telas, ruanas entre otros que son muy apetecidas por propios y turistas que llegan a la población. Los artesanos necesitan de alianzas estratégicas que les permitan aprovechar sus ventajas. Necesitan de un marco institucional que les brinde el apoyo necesario para conquistar nuevos mercados a nivel nacional e internacional. La innovación e investigación como factores fundamentales para crear nuevos productos, mejorar los conocimientos de aquellos que ya se fabrican de esta manera enriquecer sus estrategias de venta y promoción. Los microempresarios productores de artesanías del municipio de Morroa, carecen del potencial necesario para aprovechar las oportunidades que representa las exportaciones de sus productos, por ende, se debe propender por canalizar los recursos, esfuerzos y experiencias para generar en estos artesanos las competencias básicas necesarias para ello.

*Palabras clave:* Microempresas, artesanías, exportaciones, potencial, innovación, tecnología.

### **Abstract**

Microenterprises in Colombia, as in many parts of the world, maintain their behavior in terms of their structure, size and participation in the country's total production. In the Department of Sucre, traditionally an agricultural vocation highlights the production of beef, yams, cassava, rice and other products. In the same way, in some municipalities such as Morroa, in addition to agricultural activities, craftsmanship stands out as one of the emblematic and transcendental activities for the population. The greatest concentration of this activity is located in the municipal capital where there is a significant number of small craft family businesses, mainly producers of hammocks, derivatives of yarn and maguey such as handbags, wallets, fabrics, ruanas among others that are very desirable by own and tourists that arrive to the population. Artisans need strategic alliances that allow them to take advantage of their advantages. They need an institutional framework that provides them with the necessary support to conquer new markets nationally and internationally. Innovation and research as fundamental factors to create new products, improve the knowledge of those already manufactured in this way enrich their sales and promotion strategies. The microentrepreneur who produce handicrafts in the municipality of Morroa lack the necessary potential to take advantage of the opportunities represented by the exports of their products. Therefore, efforts must be made to channel resources, efforts and experiences in order to generate in these artisans the basic skills needed to it.

*Keywords:* Microenterprise, crafts, exports, potential, innovation, technology.

## **Introducción**

El estudio de las PYMES y la posibilidad de las mismas de incursionar comercialmente en el mercado internacional pueden tomarse como una gran alternativa como parte de la solución a las problemáticas como el desempleo, bajos salarios, inestabilidad laboral, entre otros. Lo anterior muestra la importancia de las empresas ubicadas en este sector, y su potencial para dinamizar la economía de una nación. En la presente investigación se estudió la capacidad que tienen las PYMES productoras de artesanías del municipio de Morroa para exportar y de esta manera promover los beneficios económicos y sociales que se derivan de este tipo de procesos.

Esta investigación consta de dos capítulos, en el primero de ellos se realiza la descripción de las características productivas de las PYMES productoras de artesanías en el municipio de Morroa, donde priman las condiciones inadecuadas de producción, en términos de condiciones físicas adecuadas para la actividad productiva.

En el segundo capítulo se determinó el potencial exportador de las PYMES productoras de artesanías en el municipio de Morroa, donde se concluye que los microempresarios productores de artesanías del municipio de Morroa, carecen del potencial necesario para aprovechar las oportunidades que representa las exportaciones de sus productos, por ende, se debe propender por canalizar los recursos, esfuerzos y experiencias para generar en estos artesanos las competencias básicas necesarias para ello.

## 1. Descripción del problema

Las PYMES en Colombia como en muchas partes del mundo mantienen su comportamiento en cuanto a su estructura, tamaño y participación en la producción total del país. De este modo según (Velásquez, 2004), citado por Montoya, Montoya y Castellanos (2013), éstas en 2014 representaban el 96% de las empresas del país, generaban el 66% del empleo industrial, realizaban el 25% de las exportaciones no tradicionales y pagaban el 50% de los salarios, de acuerdo con los datos del Ministerio de Desarrollo. Así mismo, (Garzón, 2015) citado por estos autores, hablan del comportamiento de las Pymes colombianas para 2015, la cual “representó alrededor del 97% de los establecimientos, casi una tercera parte de la producción y de las exportaciones no tradicionales y un 57% del empleo industrial, así como un 70% del empleo total”. (p. 10).

De esta manera el estudio de las PYMES y la posibilidad de las mismas de incursionar comercialmente en el mercado internacional pueden tomarse como una gran alternativa como parte de la solución a las problemáticas como el desempleo, bajos salarios, inestabilidad laboral, entre otros. Lo anterior muestra la importancia de las empresas ubicadas en este sector, y su potencial para dinamizar la economía de una nación. Sin embargo, se ha notado a través del tiempo que éstas permanecen en niveles de competitividad bajo (ANIF, CDC de Bogotá; CDC de Cali, 2015), lo cual dificulta su expansión y crecimiento, más aun su internacionalización a través de procesos de exportación. Además, se deben enfrentar a las barreras de entrada en mercados donde las grandes compañías poseen una alta participación en el mercado, difícil acceso a apoyo financiero, falta de políticas de fomento, apoyo y acompañamiento en los procesos de exportación o en vía de ello.

En el Departamento de Sucre, tradicionalmente existe una vocación agropecuaria donde se resalta la producción de carne de vacuno, de ñame, yuca, arroz entre otros productos. De igual forma en algunos municipios como Morroa, además de las actividades agropecuarias resalta la artesanía como una de las actividades emblemáticas y trascendentales para la población. La mayor concentración de esta actividad se localiza en la cabecera municipal en donde existe un

número importante de pequeñas empresas familiares artesanales, fundamentalmente productoras de hamacas, de derivados del hilo y del maguey como bolsos, billeteras, telas, ruanas entre otros que son muy apetecidas por propios y turistas que llegan a la población.

Por tal motivo sería importante estudiar la capacidad que tienen las PYMES productoras de artesanías del municipio de Morroa para exportar y de esta manera promover los beneficios económicos y sociales que se derivan de este tipo de procesos.

Todo lo anterior permite establecer el siguiente problema para esta investigación:

¿Cuál es el potencial exportador de las pymes productoras de artesanías del municipio de Morroa?

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo General

¿Analizar el potencial exportador de las PYMES productoras de artesanías del municipio de Morroa?

### 2.2. Objetivos Específicos

- Describir las características productivas de las PYMES productoras de artesanías en el municipio de Morroa.
- Determinar el potencial exportador de las PYMES productoras de artesanías en el municipio de Morroa.

### **3. Justificación**

Hasta ahora el departamento de Sucre no ha logrado alcanzar los niveles de competitividad deseados y que le permitan compararse competitivamente con otros departamentos del país, a pesar de contar con grandes potencialidades, su aporte al PIB según el DANE (2016) es sólo del 0,77%. Por lo anterior, teniendo en cuenta la situación competitiva del departamento, se hace necesario contar con información acerca de los potenciales con los que cuenta, y la importancia de la dinámica exportadora de las micro, pequeñas y medianas empresas, PYMES, las cuales, por el hecho de representar el 96% de las empresas, cobran mayor importancia para lograr un mejor desempeño en la producción y comercialización de sus productos.

Esta investigación reviste importancia por la generación de nuevos conocimientos, ya que servirá como referente para futuras investigaciones y su aporte útil como línea de base que permita apoyar la toma de decisiones e identificar las necesidades de información en el sector de las PYMES y en general sobre la situación de la producción de artesanías en el municipio de Morroa.

De igual forma uno de los aportes de esta investigación radica en que ofrece una radiografía del sector artesanal del municipio de Morroa, de tal forma que se puedan gestionar proyectos de apoyo a los artesanos, como por ejemplo el que establece el Plan Regional De Competitividad Departamento De Sucre 2014, que con una visión al año 2019 pretende en uno de sus objetivos estratégicos la formalización empresarial de las pequeñas y medianas empresas, en este sentido pretende que al año 2019 la industria manufacturera del departamento, “será el sector líder en la generación de empleo formal, productivo y bien remunerado; produciendo bienes de alto valor agregado con calidad tipo exportación, a partir de la organización de cadenas y clúster, elevando la productividad de Mipymes”, de este modo incluye a las artesanías como una de las actividades beneficiadas, ya que se orienta a la construcción de gremialidad y conciencia entre pequeños y medianos empresarios del sector.

Por todo ello, es importante también para el municipio de Morroa y el departamento de Sucre contar con información que permita orientar las acciones futuras al fortalecimiento y desarrollo de las PYMES, apoyando los procesos de exportación de las mismas, concretamente en el sector de las artesanías.

## **4. Metodología**

Para el desarrollo de la presente investigación es de carácter descriptivo, (Bermúdez y Rodríguez, 2013, p. 35) “quienes plantean que su objetivo es reseñar rasgos, cualidades o atributos de la población objeto de estudio”, además permitirá llegar a conocer las condiciones productivas que predominan en la actividad artesanal del municipio de Morroa.

### **4.1. Unidad de Análisis**

Para la investigación se hace necesario identificar el objeto sobre el que recae el interés de los investigadores, las PYMES productoras de artesanías, ya que estas son la representación evidente de las condiciones productivas y el potencial exportador de artesanías.

La población de estudio son las PYMES productoras de artesanías y la muestra como parte representativa para la recolección de información necesaria para alcanzar los objetivos propuestos.

Además, se utilizarán herramientas de recolección de información primaria como la encuesta personal, la cual será aplicada a los artesanos del municipio de Morroa ubicados en el sector urbano del municipio. La encuesta personal es conocida como una fuente de información primaria externa y que de acuerdo con Espinosa (2011, p. 205) “consiste en el encuentro con una persona, a iniciativa del entrevistador, con el objetivo de recoger cierta información a través de la cumplimentación de un cuestionario”. Es conocida además como uno de los métodos de recolección de información más utilizado.

De igual forma se utilizarán fuentes secundarias como libros, páginas web e investigaciones que anteceden a la presente, con el fin de identificar la mayor cantidad de información pertinente y adecuada que permita realizar los análisis necesarios orientados a dar respuesta a los objetivos aquí planteados.

## 5. Marco Teórico

### 5.1. Antecedentes

García, L. & Palomino, O. (2012) describen brevemente el problema de las artesanías y presentan una propuesta que se consideran viable para el desarrollo del sector, de acuerdo con los requerimientos prácticos del trabajo artesanal, así como de las consideraciones conceptuales en función de las cuales se perfila la visión de su carácter y la dirección de su desarrollo. Concluyen que las artesanías en guadua cumplen los requerimientos exigidos en el mercado internacional y garantizan tanto administrativa como económicamente la viabilidad del proyecto. Asegurando a los artesanos un contacto directo con los clientes, una demanda continua de sus productos y el mejoramiento del nivel de vida en las regiones en las cuales se producen las artesanías.

Resaltan la importancia de Ministerio de Comercio Exterior a través de PROEXPORT como un agente dinamizador y generador de oportunidades para las empresas que quieran exportar pero que no tengan el suficiente conocimiento ni experiencia para emprender una iniciativa que les permita obtener los beneficios derivados de tal actividad.

Por su parte Navarro, S. (2012) estudia las manifestaciones culturales del caribe colombiano y las técnicas artesanales de los departamentos que lo componen, con el fin de analizar los elementos claves como parte fundamental de la identidad cultural de la región. Afirma que la definición de identidad de una región es uno de los aspectos clave en la generación de la identidad nacional, y que las manifestaciones culturales como las celebraciones y las artesanías reafirman la cultura popular, a la vez que se convierten en fuentes generadoras de ingreso para la población.

Bautista, C. & Rojas C. (2016) describen que tres son los aspectos determinantes para que la carne porcina y bovina colombiana se posicionen en el mercado internacional. Entre ellas se encuentra que Colombia produce carne magra, fresca y obtenida con prácticas naturales, ello permite que cumpla con los estándares de calidad de Rusia. Finalmente, Colombia cuenta con el

hato más grande en Latinoamérica y el número 12 del mundo de cabezas de bovino estimando que para el 2025 su valor seguirá aumentando en un 65%.

De igual forma se parte del acuerdo de adhesión formulado por la Organización Mundial del Comercio donde los productos cárnicos colombianos poseen características con potencial para ingresar a la Federación Rusa y continuar su inmersión en la economía mundial.

## 6. Marco Teórico

Colombia es un país privilegiado por su ubicación, al contar con costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico tiene la oportunidad de poseer gran cantidad de riqueza natural. Así mismo, al poseer 5 pisos térmicos que se convierten en espacios que dan vida con características muy particulares a cada uno de los grupos humanos que viven en estos lugares, con actividades económicas, productivas y culturales multivariados. De esta forma se pueden encontrar un gran número de tradiciones, costumbres y creencias que mezcladas se convierten en importantes manifestaciones del folclore, de tal forma que buscan darle forma y sentido a la exposición de esta cultura a través de las artesanías. En este sentido (Prats, 2005, p. 31) tomado de Navarro (2015, p.46) argumenta que cada producto de artesanía transmite una historia de generación en generación, que poseen vida, ya que algunas veces reflejan cambios, algunos imperceptibles, y otros muy profundos que son propios de la cultura arraigados a las costumbres de las comunidades que las producen.

Las artesanías colombianas sobresalen en cada uno de los lugares en donde se pueden encontrar, reflejan los trabajos y las artes de los distintos materiales como la madera, el totumo, la palma, el cuero, vidrio, piedra, lana, nylon, entre otros, que se trabajan en las cinco regiones que componen al país. Para Palomino & García (2007, p. 29) “Aquí como en todos los pueblos, se cumple una ley de cultura inexorable. Entre el hombre y su medio hay un diálogo de siglos que se afina con el tiempo y explica esa conducta plural y distintiva que acaba determinando los estilos.” De tal manera que las artesanías como derivación de la cultura abre un horizonte de oportunidades y relaciones entre el hombre y aquello que lo rodea y caracteriza.

La artesanía puede concebirse desde el análisis de tres dimensiones: el artesano, la actividad artesanal y el producto artesanía. El primero como creador de cultura. La segunda como proceso en que se aplican técnicas y conocimientos aprendidos de generación en generación. Y finalmente el producto artesanía es el producto final.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), define la artesanía:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.” (1997)

En ésta definición se resalta la preponderancia del trabajo a mano, a las distintas características que pueden tener las artesanías, así como los distintos materiales y manifestaciones a las que se puede aludir con ellas.

Por su parte, en Colombia es común encontrar amplia aceptación con la definición realizada por Artesanías de Colombia S.A:

“Actividad de transformación para la producción creativa de objetos finales e individualizados que cumplan una función utilitaria y tienden a adquirir el carácter de obras de arte; actividad que se realiza a través de la estructura funcional de los oficios y sus líneas de producción, que se llevan a cabo en pequeños talleres con baja división social del trabajo y el predominio de la aplicación de la energía humana, física y mental, generalmente completada con herramientas y máquinas relativamente simples...”

Artesanías de Colombia resalta la importancia del oficio como fuente de división del trabajo, de igual forma emplea la palabra “arte” para aumentar el grado de importancia de las artesanías, de tal forma que puedan ser mejor pagados en los mercados nacionales e internacionales, contribuyendo así a la creación de empleo y el fortalecimiento de las microempresas dedicadas a este oficio.

## 6.1. Comercio Internacional

Los recientes planteamientos del Comercio Internacional fueron surgiendo como respuesta a la imposibilidad de explicar con los planteamientos comunes de la época el comportamiento de los flujos comerciales observados en la segunda parte del siglo XX. Entre los aportes teóricos utilizados resalta el David Ricardo conocida como la Teoría de la Ventaja Comparativa, la cual indica que cada país tendía a especializarse y a exportar bienes en los que tenía una producción comparativamente más barata y unos costos de producción relativamente más bajos. Según Ricardo:

“Un país tiende a producir, luego a especializarse y finalmente a exportar de forma comparativamente más barata aquellos bienes que utilicen intensiva del factor productivo más abundante. Por tanto, si en un país, comparativamente hablando, eran abundantes los recursos naturales y, en cambio, era escaso el factor capital, ese país tendería a especializarse en producir mercancías y bienes que utilizasen intensivamente recursos naturales y no produciría mercancías que utilizasen el factor capital. Al contrario, otros países, por ejemplo, los que eran abundantes en mano de obra, esos países tenderían a especializarse en productos que necesitaran intensivamente la mano de obra”. Krugman & Obstfeld. (2012, p. 26)

La idea básica consiste en que los países eligen especializarse en actividades donde tienen cierta ventaja para producir y de esta manera comerciar y obtener ganancias de dicho intercambio, que de otra manera no obtendría.

Actualmente el proceso de globalización es uno de los enfoques que ofrecen ventajas para las economías desarrolladas y en vía de ello, especialmente para los países en desarrollo, ya que promueve la disminución de condiciones de aislamiento que es experimentada por éstos, cuando no poseen la capacidad productiva para obtener los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades, ni el potencial exportador para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional. En este sentido está claro que actualmente el comportamiento de las exportaciones de los países no sólo refleja la capacidad productiva, sino que también es un

reflejo de las condiciones económicas e institucionales del cual dependen los incentivos para la innovación y las decisiones de inversión por parte de las empresas. Por eso, los países inestables sociales, económica y políticamente, solo pueden incursionar en los mercados internacionales con productos de bajo valor agregado. Por tal motivo se hace necesario formular e implementar los planes necesarios para promover y fortalecer el potencial exportador, para aprovechar el conjunto de productos provenientes de las diferentes regiones del país y de esta forma hacer parte del inventario exportador acorde a la normatividad legal vigente.

Ortiz, U (2017, p. 4) destaca algunos aspectos fundamentales para promover el potencial exportador y lograr posicionar un producto en los mercados internacionales:

“1. Alianzas estratégicas: Son las cadenas de empresas que se identifican con un mismo producto, criterios de producción y control de calidad, así se encuentren dispersas por diferentes regiones, pero tienen los mismos roles productivos; 2. El marco institucional del producto que indica a las instituciones que lo regulan como producto de exportación, para el caso de consumo humano indudablemente deben tener registro sanitario, Invima, y si son de origen agrícola deben estar regulados por el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA; 3. Innovación y tecnología, capaces de promover incrementos de la productividad y características diferenciadoras; y 4. Los empaques y embalajes son factores fundamentales para dar mayor consistencia a las exportaciones.”

Aspectos que serán analizados en esta investigación para las PYMES productoras de artesanías del municipio de Morroa.

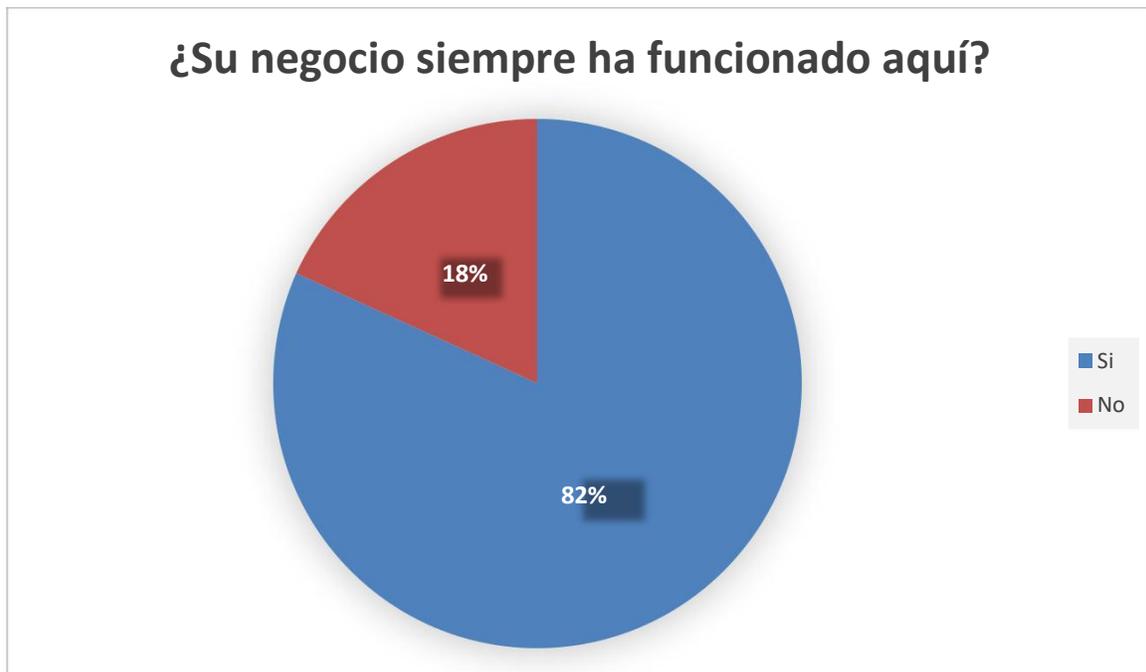
## 7. Resultados

Características productivas de las pymes reductoras de artesanías en el municipio de morroa.



*Figura 1. Año de fundación.*

El 38% de los encuestados manifiesta haber fundado su empresa en la década de los 80's, lo que implicaría el contar con una gran experiencia en el proceso de producción de aproximadamente 30 años. El 46% fundó su empresa en los años de los 90's, y el 27% restante crearon su empresa a inicios de la década del dos mil.



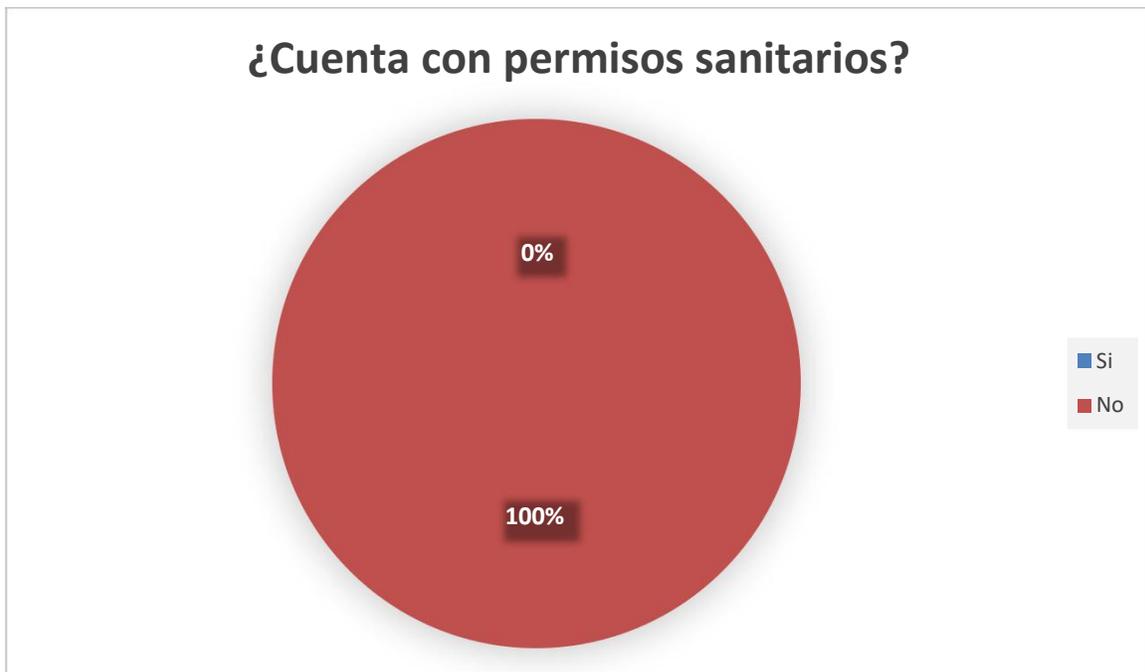
*Figura 2. ¿Su negocio siempre ha funcionado aquí?*

El 82% de los encuestados manifiesta que su microempresa ha estado ubicada siempre en el mismo lugar, evidenciando con ello la consolidación de la misma a lo largo del tiempo y que no han necesitado trasladar su actividad productiva a otro lugar. El 18% restante si se vieron en la obligación de trasladarse, en parte debido a que compraron viviendas propias después de haber iniciado la actividad productiva.



*Figura 3. ¿Está registrado en la Cámara de Comercio?*

El 100% de los encuestados manifestaron que no se encuentran registrados ante Cámara de Comercio, dicha situación implica que sus empresas funcionan como negocios informales, aunque se constituyan como fuente de ingresos para sus propietarios.



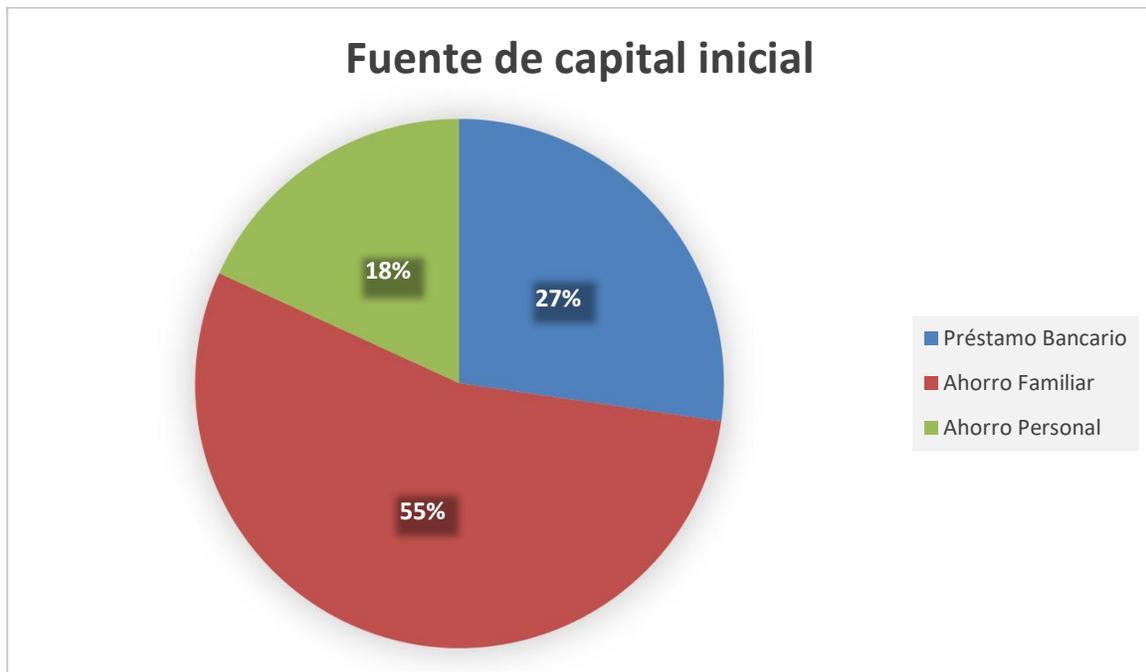
*Figura 4. ¿Cuenta con permisos sanitarios?*

El 100% de los encuestados manifiestan que sus microempresas no cuentan con permisos sanitarios, ni de otra índole de carácter municipal.



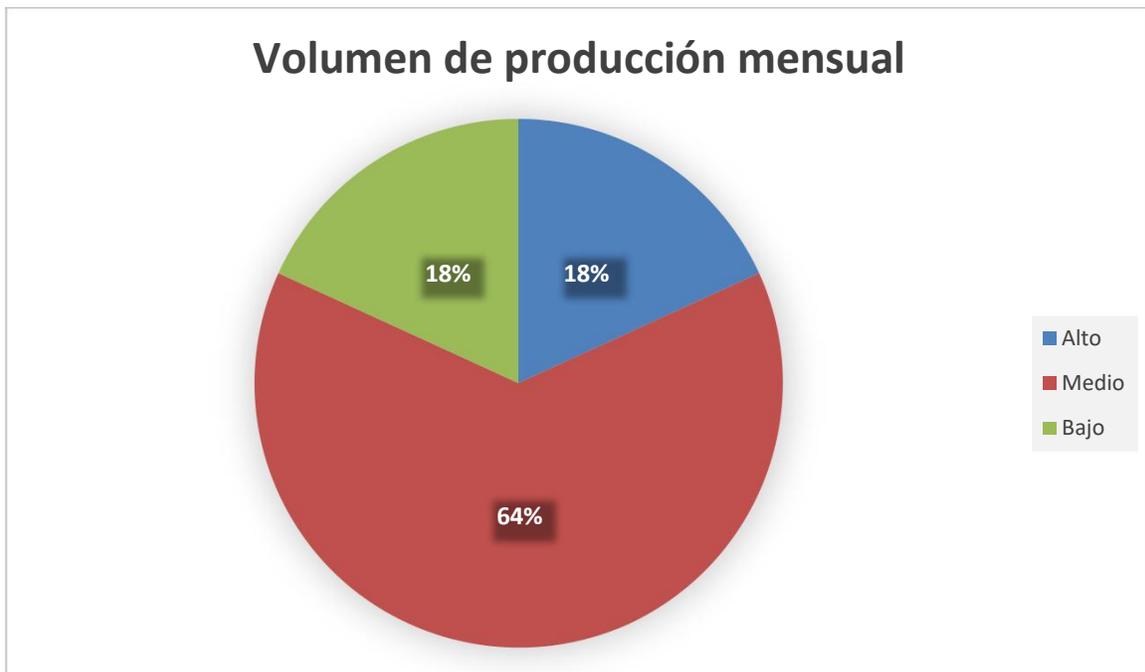
*Figura 5. ¿Lleva algún tipo de contabilidad en su negocio?*

El 55% de los encuestados manifiesta no llevar registros de contabilidad en su actividad productiva y/o comercial, mientras que el 45% lleva algún tipo de organización contable. Lo descrito anteriormente evidencia un problema desde el punto de vista organizacional y productivo, debido a que no se cuenta con información organizada que permita determinar los márgenes de utilidad de la producción artesanal.



*Figura 6. Fuente de capital inicial.*

El 55% de los microempresarios recurrieron al ahorro familiar para iniciar su actividad productiva, un 27% la creó con ahorro personal y el restante 18% lo hizo con recursos obtenidos de préstamos bancarios.



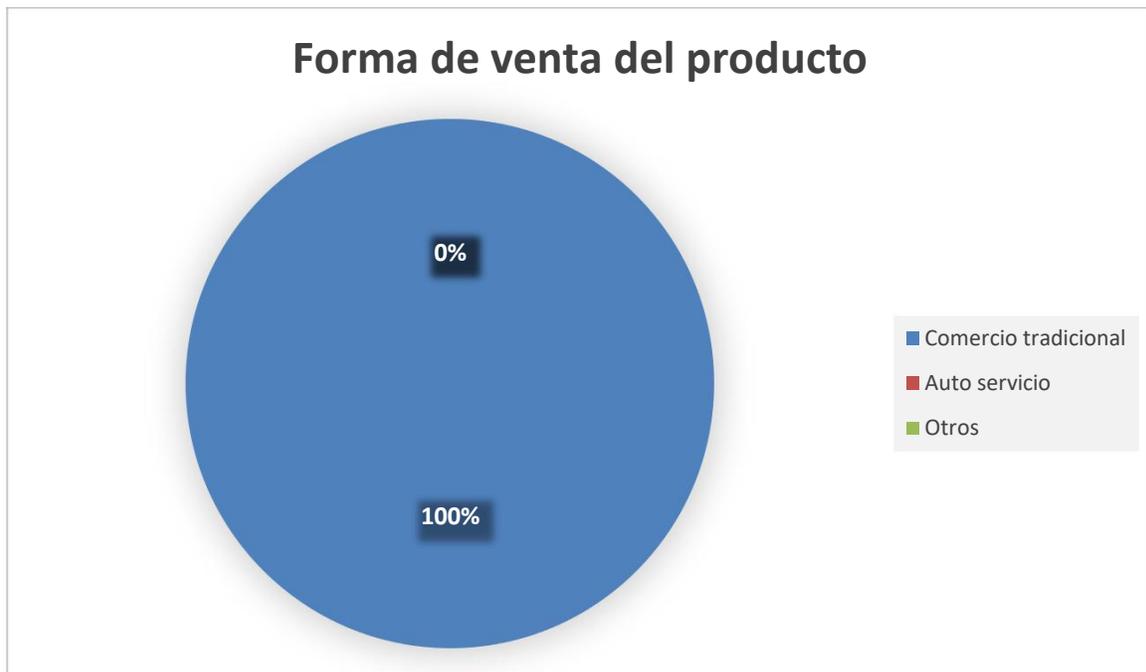
*Figura 7. Producción mensual.*

El 64% de los encuestados manifiestan que el volumen de producción mensual es medio; el 18% revela que es alto, y el restante 18% manifiesta que su nivel de producción es bajo.



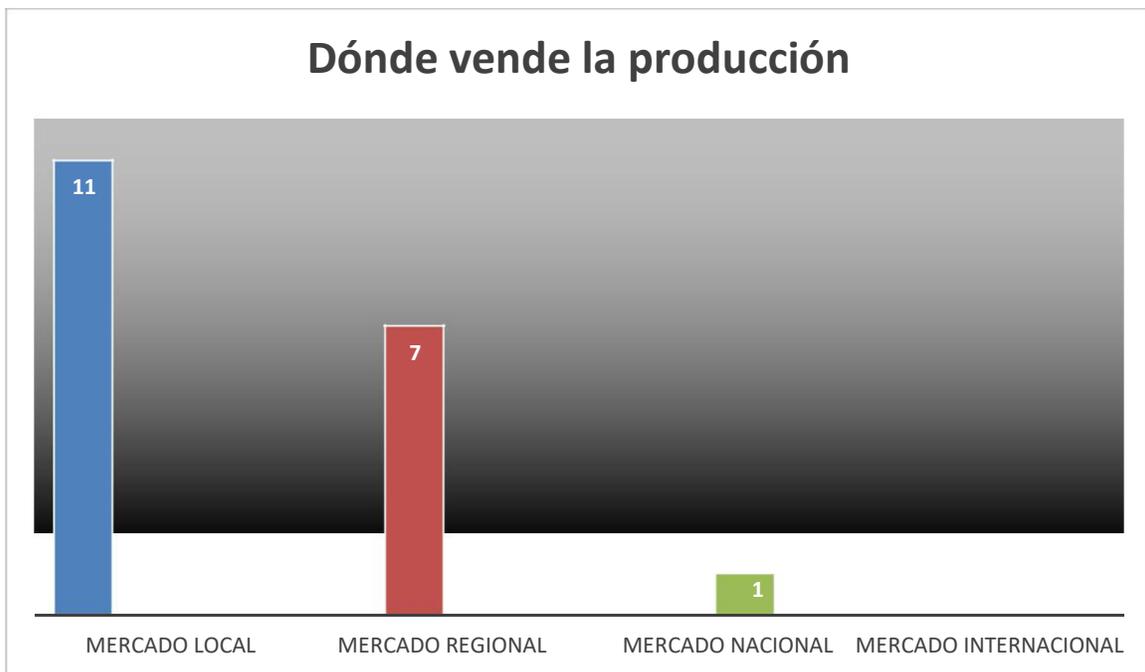
*Figura 8. Horas al día en la fabricación del producto*

El 37% de los encuestados emplea de 3 a 5 horas diarias en la fabricación del producto; el 36% manifiesta dedicar entre 5 y 8 horas diarias; y por último el 27% dedica de 1 a 3 horas. Se debe recalcar que el tiempo dedicado está relacionado directamente con el tipo de producto y los niveles de producción.



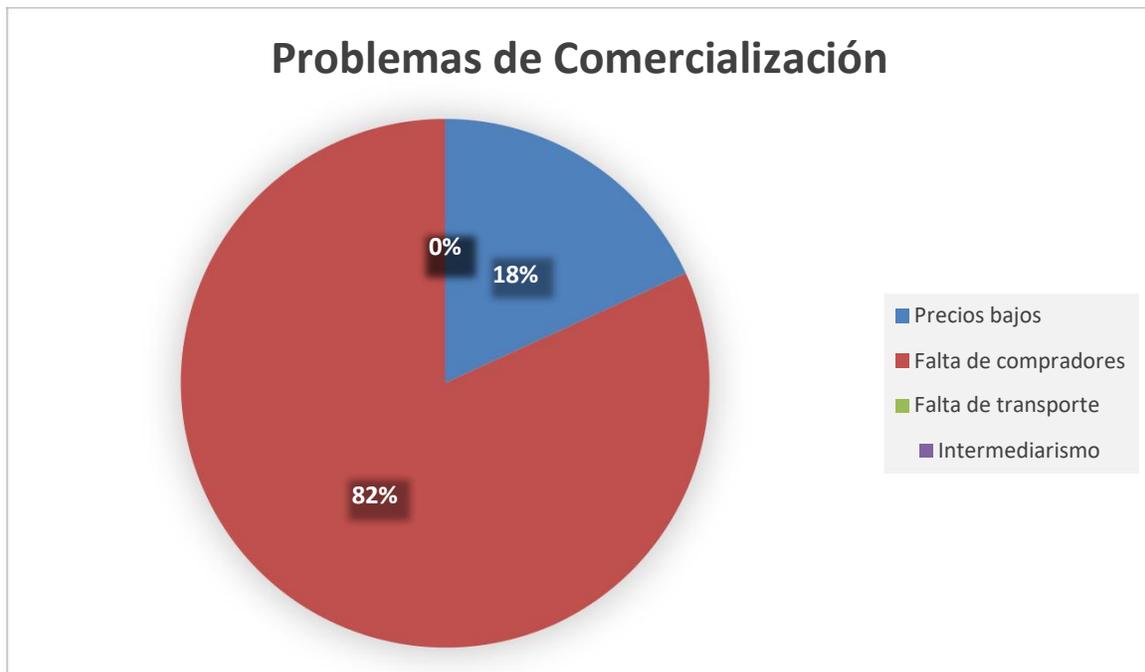
*Figura 9. Forma de venta del producto.*

El 100% de los encuestados emplean los canales tradicionales de venta al público, situación que o limita la actividad comercial, la circunscribe localmente y no les permite expandirse a otros mercados.



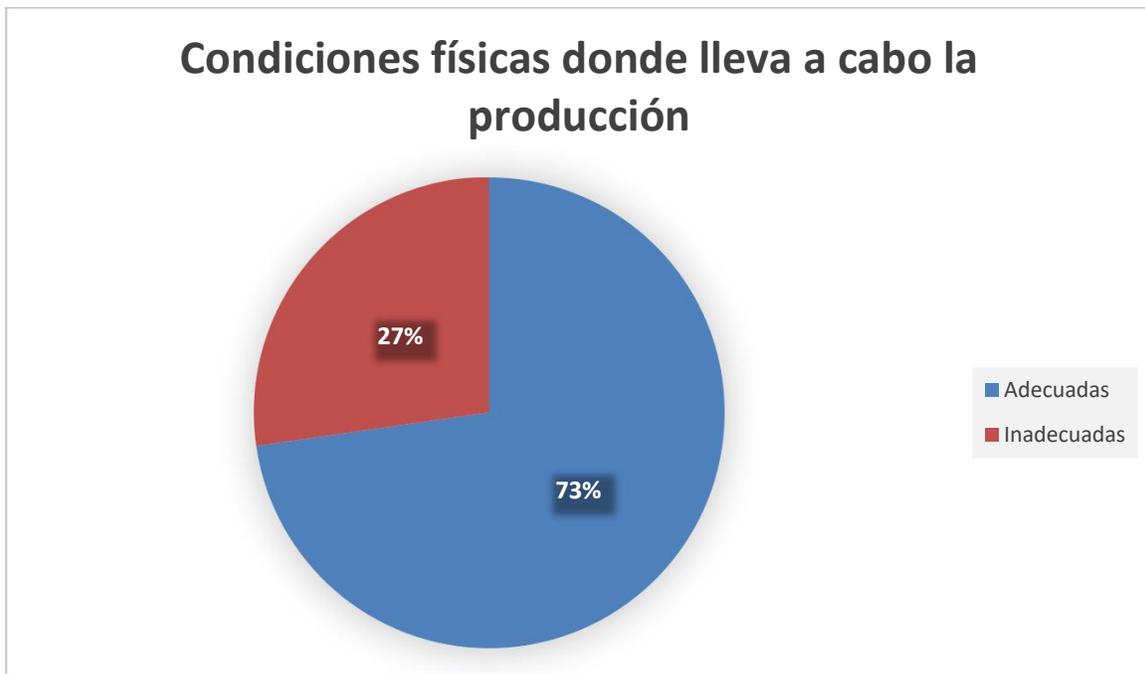
*Figura 10. ¿Dónde vende la producción?*

El 100% de las microempresas venden sus productos en el mercado local, el 64% comercializa su producción en el mercado regional, especialmente a municipios como Sincelejo, Cartagena y Montería, y el restante 9% logra comercializar sus productos en el mercado nacional.



*Figura 11. Problemas de comercialización.*

El 82% de los microempresarios encuestados argumentan que el principal problema para la comercializar sus productos es la falta compradores, el 18% considera que los bajos precios de los productos es el problema principal para la comercialización de sus productos, debido a que no les generan los ingresos suficientes para solventar todas sus necesidades.



*Figura 12. Condiciones físicas donde lleva a cabo la producción.*

El 73% de los encuestados manifiestan que las condiciones físicas donde llevan a cabo la producción es adecuada, debido a que se acomoda a las necesidades de los elementos que utilizan para la fabricación de los productos. Por su parte el 27% restante, responden que son inadecuadas las condiciones en que producen su mercancía, especialmente porque la llevan a cabo en sus propias casas y esto les quita espacio para otras cosas relacionadas con el hogar.

Finalmente, a la pregunta: ¿Qué necesita usted para que su microempresa cuente con las condiciones físicas adecuadas? Manifestaron que necesitan apoyo de la Alcaldía y de la Gobernación, porque no cuentan con los recursos necesarios para realizar adecuaciones físicas o invertir en la ampliación y compra de elementos necesarios para la producción.

## **8. Potencial exportador de las pymes productoras de artesanías en el municipio de Morroa**

Para analizar el potencial exportador de las PYMES productoras de artesanías se resalta el papel de las alianzas productivas que permitan fortalecer los recursos que se encuentren disponibles para este sector. De esta forma se puede promover la consecución de más recursos para el desarrollo de la producción artesanal. Crear redes entre las empresas del sector para proponer acciones de cooperación que propendan por mayores beneficios para los artesanos. En este sentido Ministerio de Comercio, Industria y Turismo gestiona la política de turismo y artesanías viene adelantando gestiones orientadas a fortalecer el sector artesanal, de tal forma que destina recursos del Fondo de Promoción Turística para apoyar la ejecución de acciones derivadas de la política de Turismo y Artesanías. De manera complementaria PROEXPORT apoya la ejecución de acciones en materia de promoción internacional del turismo donde juega un papel preponderante las artesanías. Sin embargo, es importante aclarar que ninguno de los microempresarios fabricantes de artesanías del municipio de Morroa cuentan con información que les permita acceder a los servicios y beneficios ofrecidos por este ministerio, de tal forma que no hacen parte de las alianzas productivas del sector, lo cual, disminuye sus capacidades exportadoras y por ende no les permite generar mayores ingresos que les permita satisfacer sus necesidades y las de su familia.

En el marco de la política de turismo y artesanía donde se busca impulsar y promocionar el patrimonio y productos artesanales, y el turismo colombiano, se encuentran los convenios de competitividad turística que ha suscrito el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con los departamentos del país, se ha podido identificar la vocación turística regional, de igual forma se identificaron las diferentes muestras de artesanías más representativas, entre ellas se identifica únicamente al municipio de Morroa donde resalta la actividad artesanal de hamacas realizadas con hilaza de algodón por artesanos campesinos.

Actualmente con la diversificación de mercados los productos artesanales como expresión viva de la cultura de los territorios tiene un auge muy importante, de tal forma que las

oportunidades para el sector artesanal han aumentado. Mayores mercados, implica también una tarea donde se implemente la innovación y lo novedoso, pero conservando las características propias de la identidad artesanal.

Se deben proponer el desarrollo de innovaciones especialmente en la comercialización de las artesanías, la organización y participación en ferias de artesanías en sitios y eventos propicios y estratégicos para ello. De manera complementaria contar con la participación de las entidades territoriales que representan al Estado (Gobernaciones y Alcaldías) y las Universidades públicas y privadas, se debe promover el desarrollo de investigación que promueva la innovación de las artesanías como elemento necesario para “el desarrollo de argumentos de venta, promoción, mercadeo e interpretación de patrimonio de la oferta artesanal en los productos turísticos con contenido artesanal” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

La presentación del producto es un factor fundamental para lograr posicionar el producto en el mercado y poder generar ventas a nivel nacional e internacional. Sin embargo, existe una característica generalizada en el sector artesanal en lo que tiene que ver con las ventas de los productos, y es que según Artesanías de Colombia (2016) “Los principales mercados para la producción artesanal son los municipios en los que habitan los artesanos. Sólo 1,3% de los talleres artesanales censados exporta y, además, lo hacen de manera ocasional. El 85% de las ventas en el ámbito nacional se realizan en el municipio de origen, un 8%, en otros municipios y un 3%, en otros departamentos”, lo cual coincide con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los microempresarios fabricantes de artesanías en el municipio de Morroa, quienes manifestaron que sus mayores ventas las realizaban en el mismo municipio, y en un porcentaje muy reducido en mercados regionales y nacionales.

Se puede afirmar entonces, que los microempresarios productores de artesanías del municipio de Morroa, carecen del potencial necesario para aprovechar las oportunidades que representa las exportaciones de sus productos, por ende, se debe propender por canalizar los recursos, esfuerzos y experiencias para generar en estos artesanos las competencias básicas necesarias para ello.

## 9. Conclusiones

Una de las principales conclusiones de esta investigación permite determinar que los artesanos del municipio de Morroa cuentan con la experiencia necesaria para aprovechar las potencialidades que les pueda ofrecer la ampliación de sus actividades en un futuro.

Para aumentar su producción y llevarla a mercados regionales, nacionales e internacionales, se hace necesario el apoyo institucional, una mejora de los procesos y una mayor innovación en materia técnica y tecnológica. Dicho apoyo ayudaría a aumentar la producción, lo que a su vez podría traducirse en un aumento de las ventas con las estrategias de mercadeo y promoción adecuadas.

Necesitan de alianzas estratégicas que les permitan aprovechar sus ventajas. Necesitan de un marco institucional que les brinde el apoyo necesario para conquistar nuevos mercados a nivel nacional e internacional. La innovación e investigación como factores fundamentales para crear nuevos productos, mejorar los conocimientos de aquellos que ya se fabrican de esta manera enriquecer sus estrategias de venta y promoción.

Los microempresarios productores de artesanías del municipio de Morroa, carecen del potencial necesario para aprovechar las oportunidades que representa las exportaciones de sus productos, por ende, se debe propender por canalizar los recursos, esfuerzos y experiencias para generar en estos artesanos las competencias básicas necesarias para ello.

## 10. Referencias Bibliográficas

- Bautista, C. & Rojas, C. (2016) *Análisis del potencial exportador colombiano de carne bovina y porcina a la federación rusa*. Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia.
- Castellanos, J. G. (2013). Pymes innovadoras. Cambio de estrategias e instrumentos. Revista EAN, (47), 10-33
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE, 2016). Estadísticas cuentas nacionales y departamentales. Recuperado de:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>.
- Castro, F. (2006). La extinción de la artesanía gremial. Universidad Nacional Autónoma. [www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/extincion/artesania.html](http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/extincion/artesania.html). México. Recuperado de:  
[www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/extincion/artesania.html](http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/libros/extincion/artesania.html). México
- Krugman, P. & Obstfeld, M. (2012, p. 26) *Economía Internacional Teoría y Política*. Pearson. Novena edición.
- Jarillo, J. C. E., Jarillo, J. I. J. C., & Echezárraga, J. I. M. (1991). *Estrategia internacional: más allá de la exportación*. McGraw-Hill.
- Minervini, N. M. (2004). *La ingeniería de la exportación*. McGraw-Hill.
- Navarro, S. (2014) *Manifestaciones culturales e identidad en el Caribe colombiano: estudio de caso Carnaval y artesanía*. Universidad de Barcelona. Tesis doctoral.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO- (1997). <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>.

Ortiz, U. (2017). Potencial exportador por regiones. Bogotá.

Castro, F. (2006). La extinción de la artesanía gremial. Universidad Nacional Autónoma.

Palomino, O. & García L. (2007). Estudio de viabilidad para la exportación de artesanías elaboradas en guadua a Alemania. file:///Downloads/ESTUDIO%20DE%20VIABILIDAD%20PARA%20LA%20EXPORTACION%20DE%20ARTESANIAS.pdf.

Política De Turismo Y Artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano. Documento de política. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá D.C., diciembre de 2009.

Rodríguez, A. G. (2003). La realidad de la pyme colombiana: desafío para el desarrollo. Programa Mejoramiento de las Condiciones de Entorno Empresarial, FUNDES Colombia.

Rajadell, M. (2003). Creación de empresas. Editorial UPC, 2003. ISBN: 978-84-9880-466-9. Barcelona. Pág. 205.

## Anexos

### ENCUESTA APLICADA

1. **¿Año de fundación o inicio de su actividad económica?**
2. **¿Su negocio siempre ha funcionado aquí? SI\_\_\_ NO\_\_\_**
3. **¿Está registrado en la cámara de comercio? SI\_\_\_ NO\_\_\_**
4. **¿Lleva algún tipo de contabilidad en su negocio? SI\_\_\_ NO\_\_\_**
5. **¿Cuál fue la fuente de capital inicial en la creación de su negocio?**
6. **¿Cuál es volumen de producción mensual? Alto\_\_\_ Medio \_\_\_ Bajo \_\_\_\_\_**
7. **Cuántas horas al día dedica en la fabricación de este producto: De 1-3 \_\_\_ De 3-5 \_\_\_  
Más de 5 \_\_\_\_\_**
8. **¿Su microempresa cuenta con permisos sanitarios? SI\_\_\_ NO\_\_\_**
9. **Forma de venta del producto: Comercio tradicional\_\_\_ Auto servicio \_\_\_ Otros \_\_\_**
10. **¿Dónde vende la producción? Mercado local \_\_\_\_\_ Mercado regional \_\_\_ Mercado  
nacional \_\_\_ Mercado internacional \_\_\_**
11. **¿Cuáles son los principales problemas de comercialización? Precios bajos\_\_\_ Falta de  
compradores\_\_\_ Falta de transporte \_\_\_ Intermediarismo \_\_\_**
12. **¿Cómo califica las condiciones físicas en donde lleva acabo la producción? Adecuadas \_\_\_  
Inadecuadas \_\_\_**
13. **¿Qué necesita usted para que su microempresa cuente con las condiciones físicas  
adecuadas?**

