




Competitividad de las mipyme del sector artesanal del municipio Sampués – Colombia. Factores determinantes.

Competitiveness of the mipyme of the artisan sector of the sampués municipality – Colombia. determining factors

^aMaría Elena Pérez Prieto, ^b Marilú Tibisay Acurero Luzardo,
^cJohana Paola Franco Montiel, ^dAndrea Carolina Suarez Sequed

 ^aDoctora en Gerencia. Docente Investigadora de la Corporación Universitaria del Caribe- CECAR, maria.perezpr@cecar.edu.co, Colombia, Sucre-Sincelejo.

 ^bDoctora en Ciencias Gerenciales y Posdoctorado en Políticas Públicas y Paz Social, marilu.acurerol@cecar.edu.co, Colombia, Sucre-Sincelejo.

 ^cAdministradora de Empresas de la Corporación Universitaria del Caribe - CECAR, johana.franco@cecar.edu.co, Colombia-Barranquilla.

 ^dAdministradora de Empresas de la Corporación Universitaria del Caribe - CECAR, andrea.suarezs@cecar.edu.co, Colombia-Sucre-Sincelejo.

Recibido: Mayo 22 de 2021 **Aceptado:** Agosto 27 de 2021

Forma de citar: M.E. Pérez-Prieto, M.T. Acurero-Luzardo, J.P. Franco-Montiel, A.C. Suarez-Sequed, "Competitividad de las mipyme del sector artesanal del municipio Sampués - Colombia. Factores determinantes", *Mundo Fesc*, vol 11, no. S3 pp. 7-20, 2021.

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo diagnosticar el grado de competitividad de las MiPymes del sector artesanal del municipio Sampués - Colombia, apoyándose en los indicadores del Mapa de Competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo. La indagación se abordó desde una ontología realista, una epistemología positivista y un enfoque cuantitativo. La investigación es descriptiva, con un diseño transeccional, contemporáneo, univariable y de campo. Los resultados reflejan que las Mipyme del sector artesanal de Sampués tienen un grado medio de competitividad, determinado por el grado de competitividad de las dimensiones que conforman la variable. En cuanto a los factores operativos estos están ubicados en un grado alto de competitividad al obtener una puntuación de 24 dentro de su respectiva escala de valoración, los factores estratégicos y financieros se situaron en el grado medio de competitividad, al situarse ambos en una valoración de 37, sobre la base de sus respectivas escalas. Cada escala de valoración fue construida en función de la cantidad de ítemes que miden cada dimensión. Se concluye que las Mypimes poseen fortalezas para avanzar hacia un alto grado de competitividad debido a que ninguno de los ocho (8) indicadores que miden esta variable tienen un bajo grado de competitividad, sin embargo, deben emprender acciones para avanzar en el mejoramiento de los indicadores. Se visualiza la artesanía como un sector generador de beneficio social y económico para el municipio Sampués, razón por la cual esta investigación deja espacios abiertos para profundizar en el conocimiento de este sector productivo con la finalidad de impulsar su competitividad y desarrollo en la región.

Palabras clave: competitividad, factores estratégicos, factores financieros, factores operativos, Mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo, Mypimes, municipio Sampués.

Autor para correspondencia:

***Correo electrónico:** seirantoniosm@ufps.edu.co



Asbtract

The objective of this research is to diagnose the degree of competitiveness of micro, small and medium-sized enterprises (MiPyme) in the artisanal sector of the Samposter municipality - Colombia, based on the indicators of the Competitiveness Map of the Inter-American Development Bank. The inquiry was approached from a realistic ontology, a positivist epistemology and a quantitative approach. The research is descriptive, with a transectional, contemporary, univariate and field design. The results show that the MSMEs in the artisanal sector of Sam After have a medium degree of competitiveness, determined by the degree of competitiveness of the dimensions that make up the variable. The dimension constituted by the operational factors was located in a high degree of competitiveness when obtaining a score of 24 within their respective assessment scale, and the other two dimensions that measure the variable, that is, the strategic and financial factors were located in the average degree of competitiveness, each giving 37 as a result, based on their respective scales. Each rating scale was constructed based on the number of items that measure each dimension. It is concluded that the Mypimes have strengths to advance towards a high degree of competitiveness because none of the eight (8) indicators that measure this variable have a low degree of competitiveness, however, they must take actions to advance in the improvement of the indicators. Crafts are viewed as a sector that generates social and economic benefits for the Sampos municipality, which is why this research leaves open spaces to deepen our knowledge of this productive sector in order to boost its competitiveness and development in the region.

Keywords: competitiveness, strategic factors, financial factors, operational factors, Competitiveness map of the Inter-American Development Bank, Mypimes, Sampost municipality.

Introducción

En esta sección se aborda la problemática de las Mipyme en el ámbito colombiano hasta las particularidades de las microempresas artesanales situadas en el municipio Sampués, como una manera de mostrar que las Mipyme de este municipio evidencian una problemática común a otras empresas de sus características o población de referencia en cuanto a factores que influyen en su competitividad. Se inicia el planteamiento con la aseveración de [1], quien expresa que son las empresas las que compiten y no las naciones, es decir, a un país realmente lo hacen competitivo sus empresas en la medida que éstas lo sean, en otras palabras, son las empresas la base del desarrollo de un territorio.

Pero ¿qué pasa en un país donde la estructura de sus empresas es desigual? Conviene mirar ante esa pregunta lo reportado en [2], a plantear que la estructura empresarial colombiana está compuesta en un 96,4% por MiPyme. Estas unidades productivas, que

no sobrepasan los 200 trabajadores y poseen activos inferiores a los 30.000 Salario Mínimo Mensual Legal (SMML), generan aproximadamente el 40% del PIB y el 81% de los empleos formales del país, tal como se evidencian en [2] [3] [4]. Se dimensiona así, que si del total de las empresas colombianas, el 96,4% son Mipyme, son muy pocas las empresas grandes (3.6%) y deductivamente se asumen estas últimas como intensivas en capital y muy competitivas, a diferencia del grueso de las empresas de menor tamaño o Mipyme, que dado su tamaño y activos tendrían que mejorar su competitividad. En efecto, y de acuerdo con Asobancaria, la creación y supervivencia de las MiPyme en Colombia es todo un reto. Se dimensiona así, que si del total de las empresas colombianas, el 96,4% son Mipyme, son muy pocas las empresas grandes (3.6%) y deductivamente se asumen estas últimas como intensivas en capital y muy competitivas, a diferencia del grueso de las empresas de menor tamaño o Mipyme, que dado su tamaño y activos tendrían que mejorar su competitividad. En efecto, y de acuerdo con Asobancaria, la

creación y supervivencia de las MiPyme en Colombia es todo un reto [2].

Como se puede inferir, en el país es persistente el desarrollo económico y financiero desigual entre empresas y también entre regiones, de ahí que sea importante definir y evaluar los factores de competitividad que impulsen a la Mipyme hacia una proyección y crecimiento gradual y estable. El marco nacional para la situación de la Mipyme, no es distinto para Mipyme de renglones específicos, como sucede con el sector artesanal de Sampués, Sucre, de interés de la presente investigación.

Según [5], en el Plan de Desarrollo del municipio Sampués, la labor de manufactura está caracterizada por las artesanías en caña flecha y la fabricación de muebles, las curtiembres (cuero) y el tejido de hamacas. Es importante señalar que estas actividades comerciales se dedican al autoconsumo y a los mercados locales; sin embargo, en este plan de gobierno, si bien se menciona la competitividad del municipio, su enfoque lo proyecta desde las apuestas por el turismo, refiriéndose las artesanías como secundarias o dependientes de aquél, por tanto no aparece un rubro con interés en determinar el fortalecimiento competitivo del sector, muy a pesar que recientes estudios han mostrado lo diverso del sector y su importancia en el empleo de mano de obra local y familiar: “poseen productos en caña flecha, tejeduría, la actividad del trenzado, la costura e incluso combinada con la ebanistería. Se mantiene la enseñanza tradicional de la familia y la creatividad expresada en forma autodidacta”, tal como lo plantea [6, p. 115].

Puede, sin embargo decirse, que el sector artesanal de Sampués es de tanta importancia, que ha sido incluido dentro de las iniciativas nacionales para el apoyo a la microempresas, tal como sucedió en el 2002 al hacer parte del proyecto

mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano desarrollado para 32 departamentos y 150 localidades a partir del auspicio del Ministerio de Desarrollo Económico de la época, siendo encomendada esa tarea a Artesanías de Colombia y a la Sociedad Fiduciaria Industrial (FIDUIFI), pero para ese momento la competitividad se enfocó en el repoblamiento de la caña flecha, uno de los insumos principales de algunas de las artesanías sampuesanas como el sombrero vueltaio y en la innovación, por lo que “se enfocó en la búsqueda de posibilidades, a través de la experimentación y exploración de la caña flecha en combinación con otros materiales como el cuero, buscando la creación de nuevas texturas y formas para el desarrollo de nuevos productos” [7, p.21].

Por su parte, con los artesanos que trabajan la madera “se intentó hacer ajustes en el proceso de torno, introduciendo nuevos conceptos relativos al mejoramiento de la calidad, estandarización de medidas y acabados de los productos” [7, p.82]; es decir, se trabajó en ajustes a los procesos de producción técnica y en capacitación de la mano de obra con miras a la calidad, lo que equivale a solo dos subcomponentes de los 28 que definen la competitividad de la microempresa, tal como lo estima el Mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo [8].

Como puede apreciarse de lo anteriormente descrito, el sector artesanal de Sampués, integrado por micro, pequeñas y medianas empresas de artesanías, son llamadas tradicionales, pero esa connotación de tradición va más allá de un legado, tiene que ver también con su permanencia en el tiempo; a pesar de ello, se desconocen el grado de competitividad de los indicadores que les permita tener información para la toma de decisiones informadas para crecer y sostenerse en lo empresarial y por externalidad positiva puedan contribuir a

la economía regional y nacional. En otras palabras, el sector artesanal de Sampués lleva muchos años laborando a orillas de la carretera de Occidente, se han sostenido a través del tiempo, pero desconocen los factores que deben atender para hacerse competitivas.

Por lo antes expuesto, esta investigación tiene como objetivo diagnosticar el grado de Competitividad de las MiPyme del sector artesanal del municipio Sampués – Colombia, tomando como referencia el mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo [8].

Materiales y Métodos

La investigación se llevó a cabo en el municipio Sampués, Colombia. La población estuvo constituida por 32 negocios formales dedicados a la actividad artesanal, la cual se determinó por la base de datos de la Cámara de Sincelejo. La fuente de información fueron artesanos que cumplieron con los siguientes criterios de inclusión: ser propietarios de las unidades de negocio dedicadas al sector; tener más de seis meses de tener en funcionamiento su negocio y estar formalizados. Para ello se solicitó una base de datos de los negocios formales. Como se trata de una población de 32 unidades de negocio, se optó por aplicar una encuesta censal a la totalidad de las empresas formales identificadas en la base de datos.

El instrumento para la recolección de la información se diseñó considerando las tres dimensiones con sus respectivos indicadores, los cuales fueron evaluados a través de 26 reactivos, aplicando una encuesta tipo Likert, al administrador de cada unidad, con una escala del 1 al 5: 1 nunca, 2 la mayoría de las veces no, 3 algunas veces no algunas veces sí, 4 la mayoría de veces sí, y el 5 siempre. Para el procesamiento de la información se utilizó el paquete estadístico Spss. Y, a través de la estadística descriptiva se fijaron las frecuencias relativas para cada indicador. Para la comprensión diagnóstica del comportamiento de la variable estudiada se estableció para cada indicador y dimensión el grado de competitividad que tienen dentro de la totalidad y, para ello, se construyeron diferentes baremos pues estos dependen del número de ítems que los conforman, para finalmente elaborar el baremo general, cuya valoración fue:

Tabla 1. Baremo para el grado de competitividad global del sector artesanal del municipio Sampués

Valoración	Intervalo
Bajo	26 - 60
Medio	61 - 95
Alto	96 - 130

Para medir el grado que toman los indicadores del estudio, se construyeron y aplicaron los baremos de la figura 3, los cuales determinan dos escalas, una escala para el indicador y una escala para la variable.

Figura 3. Baremos para ítems e indicador

Escala para cada respuesta		
Escala	Valor	Fr
S	5	
CS	4	
O	3	
CN	2	
N	1	

Escala para cada indicador					
Escala de valoración	Nivel	Ítem1	Ítem2	Ítemn..	Total
1 hasta 2	Bajo				
3 media	Medio				
4 hasta 5	Alto				

El primer baremo es la escala del indicador, que toma en cuenta la valoración Likert entre 1 y 5, que transita de un orden superior (5) hacia uno menor (1): pasando por siempre (1), casi siempre (2), Ocasionalmente (3), casi nunca (2) y nunca (1), y la frecuencia relativa del ítem o pregunta que se esté midiendo.

El segundo baremo es la escala que determina el grado de competitividad para cada ítem y que convierte o reduce la escala del indicador en bajo (para la sumatoria de las frecuencias 1-nunca y 2-casi nunca); medio (para el valor de la frecuencia 3 u ocasionalmente); alto (para la sumatoria de las frecuencias 4-casi siempre y 5-siempre), las sumatorias de las frecuencias determinan el valor los ítems y por tanto el grado que toma cada indicador que esté siendo valorado; en ese orden, al sumarse también estos nuevos ítems, puede valorarse la tendencia de cada dimensión y por consiguiente el de la variable, para lo cual se elabora un tercer baremo que mide globalmente el grado de competitividad de cada dimensión, los cuales se pueden visualizar en la sección de la presentación de los resultados.

En la Tabla 2, se puede visualizar los 26 ítems para dar respuestas a cada indicador. El instrumento se validó mediante la técnica juicio de expertos.

Tabla 2. Operacionalización de la variable

Dimensión	Indicadores	Subindicadores	Ítems
Factores estratégicos	Planificación estratégica	Proceso de planificación	1
		Implementación de la estrategia	2
	Gestión ambiental	Política ambiental de la empresa	3
		Estrategia para proteger el medio ambiente	4
		Concienciación y capacitación del personal en temas medioambientales	5
		Administración del desperdicio	6
	Talento humano	Aspectos generales	7
		Capacitación y promoción	8
		Cultura organizacional	9
		Salud y seguridad industrial	10
Factores financieros	Comercialización	Mercado nacional: mercadeo y ventas	11
		Mercadeo nacional: Distribución	12
	Producción y compras	Planificación y procesos de producción	13
		Mantenimiento	14
		Investigación y desarrollo	15
		Manejo de inventarios	16
		Ubicación e infraestructura	17
	Contabilidad y finanzas	Monitoreo de costos y contabilidad	18
		Administración financiera	19
Normas legales y tributarias		20	
Factores operativos	Aseguramiento de la calidad	Aspectos generales de la calidad	21
		Sistemas de calidad	22
	Sistema de información	Planificación del sistema	23
		Entradas	24
		Procesos	25
		Salida	26

Resultados de la Investigación y Discusión

En el baremo general, que se muestra a continuación, se presenta el resultado del logro del objetivo de esta investigación, observándose que las pymes del municipio Sampués tienen un grado de competitividad medio, influenciado por el grado de competitividad de las dimensiones que conforman la variable, tal como visualiza en la Tabla 3. De las tres dimensiones, se observa que dos (2) tienen un grado medio de competitividad: factores estratégicos y factores financieros. Mientras que una (1) muestra un grado alto de competitividad: factores operativos.

Tabla 3. Grado de competitividad del sector artesanal del municipio Sampués. Global, por dimensión e indicadores

Áreas de Competitividad Dimensiones	Indicadores	Grado de competitividad
Factores estratégicos	Planeación estratégica	Medio
	Gestión ambiental	Medio
	Talento humano	Alto
		Medio
Factores financieros	Comercialización	Medio
	Producción y compras	Alto
	Contabilidad y finanzas	Medio
		Medio
Factores operativos	Aseguramiento de la calidad	Alto
	Sistema de información	Alto
		Alto
Grado de competitividad global de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampués según baremo general		Medio 93

Dimensión 1. Factores estratégicos de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampués.

Esta dimensión fue diagnosticada mediante la formulación de 10 ítems. Los resultados muestran un grado medio de competitividad al ubicarse en 37, sobre la base del baremo presentado en la Tabla 4.

Tabla 4. Grado de competitividad de los factores estratégicos del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad de los factores estratégicos del sector
Bajo	10 – 23	
Medio	24 - 37	37
Alto	38 - 50	

De los tres indicadores que miden esta dimensión, el de mayor influencia fue gestión ambiental ubicándose en el grado alto de competitividad; los otros dos: planificación estratégica y talento humano se ubican en la escala de media de competitividad, para que las empresas estudiadas tengan ese grado e impacten a la competitividad general de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampués, tal como se presentan en los siguientes resultados:

Indicador: planificación estratégica

En la Tabla 5, se muestra la información suministrada por los encuestados para este indicador, a través de sus subindicadores: proceso de planificación e implementación de la estrategia, que al ser baremados de acuerdo a la escala de valoración, determina el grado en que se aplica la planificación estratégica entre los artesanos.

Tabla 5. Indicador: planificación estratégica

Baremo		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fr/nivel %		Fr (promedio) %
Grado	Escala de valoración	Ítem 1		Ítem 2		Ítem1	Ítem 2	Total
Alto	5 S	5	22	5	22	22	22	22
	4 CS	0	0	0	0			
Medio	3 O	3	13	5	22	13	22	17
Bajo	2 CN	9	39	8	35	65	57	61
	1 N	6	26	5	22			
Total		23	100	23	100	100	100	100

Al obtener las frecuencias de las respuestas a estos ítems, los resultados ubican a este indicador, planificación estratégica, en la escala de valoración medio del baremo, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 6. Grado de competitividad para el indicador planificación estratégica del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad para el indicador planificación estratégica del sector
Bajo	2 – 4	
Medio	5 – 7	5
Alto	8 – 10	

Los hallazgos encontrados permiten hacer énfasis en lo expresado por [9], [10], [11], [12] quienes plantean que la planificación consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de estrategias para alcanzarlos, siendo la hoja de ruta que orienta hacia el norte que deben seguir las organizaciones para ser competitivas. Tal interpretación deja inferir que las empresas, que no atienden la planificación estratégica, no estarían orientando sus objetivos para alcanzar la visión empresarial, caso de la mayoría de las Mipyme del sector artesanal de Sampués, al ubicarse en el límite inferior del grado medio de competitividad.

Indicador: gestión ambiental

En la Tabla 7, se muestra la información suministrada por los encuestados para los cuatro (4) subindicadores que miden este indicador: política ambiental de la empresa; estrategia para proteger el medio ambiente; concienciación y capacitación del personal en temas medioambientales; y administración del desperdicio. Al ser baremados, de acuerdo a la escala de valoración, se determina el grado en que se aplica la gestión ambiental entre los artesanos.

Tabla 7. Indicador: gestión ambiental

Baremos		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fr/nivel %				Fr (promedio) %
Grado	Escala de valoración	Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		Ítem 6		Ítem 3	Ítem 4	Ítem 5	Ítem 6	Total
Alto	5 S	13	57	8	35	12	52	17	74	83	83	78	87	83
	4 CS	6	26	11	48	6	26	3	13					
Medio	3 O	2	9	1	4	0	0	1	4	9	4	0	4	4
Bajo	2 CN	0	0	1	4	0	0	0	0	9	13	22	9	13
	1 N	2	9	2	9	5	22	2	9					
Total		23	100	23	100	23	100	23	100	100	100	100	10	100

La compilación de la data derivada permitió comprobar que la Mypimes se ubican en un grado de competitividad alto para este indicador, al obtener 17 en la escala del baremo respectivo, tal como se evidencia a continuación en la Tabla 8.

Tabla 8. Grado de competitividad del indicador gestión ambiental del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad del indicador gestión ambiental del sector
Bajo	4 - 9	
Medio	10 - 15	
Alto	16 - 20	17

La gestión ambiental es equivalente a crear las condiciones de sostenibilidad de las empresas, no obstante, la cantidad de las Mipyme consultadas, que no asumen como política la práctica de este componente y en consecuencia carecen de planes de uso racional de los recursos, de formación o disposición adecuada de los desechos derivados de la producción tienen un impacto sobre la competitividad del sector. Siendo así, de acuerdo con el [8], las Mypime del sector artesanal de Sampués están llamadas a; (a) adoptar una política ambiental, (b) crear estrategias de protección medioambiental y (c) disponer adecuadamente residuos y desperdicios.

Indicador: talento humano

En la Tabla 9, se muestra la información suministrada por los encuestados para este indicador, el cual es medido mediante (4) subindicadores: aspectos generales, capacitación y promoción, cultura organizacional y, salud y seguridad industrial. Al ser baremados con la escala de valoración, se determina el grado medio de competitividad en la gestión del talento humano en las empresas del estudio.

Tabla 9. Indicador: talento humano

Baremo		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fr/nivel %				Fr (promedio) %
Grado	Escala de valoración del indicador	Ítem 7		Ítem 8		Ítem 9		Ítem 10		Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Total
Alto	5 S	0	0	5	22	6	26	12	52	4	26	30	78	35
	4 CS	1	4	1	4	1	4	6	26					
Medio	3 O	0	0	3	13	2	9	1	4	0	13	9	4	7
Bajo	2 CN	0	0	2	9	2	9	2	9	96	61	61	17	59
	1 N	22	96	12	52	12	52	2	9					
Total		23	100	23	100	23	100	23	100	100	100	100	100	100

Al considerar los resultados para todos estos ítemes, se evidencia en la Tabla 10 que las Mypimes tienen un grado medio de competitividad para este indicador.

Tabla 10. Grado de competitividad del indicador talento humano del sector

Valoración	Intervalo	Nivel de competitividad del sector
Bajo	4 - 9	
Medio	10 - 15	10.47
Alto	16 - 20	

Al considerar los planteamientos de [13],[14], [15], [16], quienes argumentan que las empresas para ser competitivas deben tener entre sus fortalezas una gestión que apunte a la creación y posicionamiento de una cultura organizacional a través de un departamento específico que considere al talento humano como elemento esencial para su desarrollo; sin embargo, hay Mipyme artesanales de Sampedo que no cuenta con una división o personal lo que afecta la competitividad del sector como un todo.

Dimensión 2: Factores financieros de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampedo.

Esta dimensión se examina, para identificar el grado de competitividad de los factores financieros de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampedo a través de los indicadores: (a) comercialización, (b) producción y compras, y (c) contabilidad y finanzas. Una vez procesada la data obtenida, se observa en la Tabla 11, un grado medio de competitividad para este sector al ubicarse en 37, es decir en la tercera escala.

Tabla 11. Grado de competitividad de la dimensión financieros del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad de la dimensión financieros del sector
Bajo	10 - 23	
Medio	24 - 37	37
Alto	38 - 50	

Indicador: comercialización

En la Tabla 12, se muestra la información suministrada por los encuestados. Los subindicadores que lo miden son: (a) mercado nacional: mercadeo y ventas, y (b) mercadeo nacional: Distribución. Al ser baremados con la escala de valoración, se determina el grado en que califican la comercialización en las empresas estudiadas:

Tabla 12. Indicador: comercialización

Baremo			Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fr/nivel %		Fr (promedio) %
Grado	Escala de valoración		Ítem 11		Ítem 12		Ítem 11	Ítem 12	Total
Alto	5	S	3	13	8	35	22	52	37
	4	CS	2	9	4	17			
Medio	3	O	5	22	3	13	22	13	17
Bajo	2	CN	6	26	4	17	57	35	46
	1	N	7	30	4	17			
Total			23	100	23	100	100	100	100

Al promediar las respuestas para ambos ítemes, permite inferir que, en cuanto al indicador comercialización, las empresas tienen un grado medio de competitividad, como se muestra en la Tabla 13.

Tabla 13. Grado de competitividad del indicador comercialización del sector

Valoración	Intervalo	Nivel de competitividad del sector
Bajo	2 – 4	
Medio	5 - 7	5.8
Alto	8 - 10	

Lo que indica la teoría con relación a la variable comercialización, es que las empresas deben atender dos frentes específicos de esta variable, una primera en relación con el mercado y las ventas, y una segunda en relación con la logística de distribución; en estos aspectos, un porcentaje significativo de las Mipyme analizadas encuentra dificultades para determinar el segmento de mercado o tipo de cliente al que quieren llegar, pero también, en la implementación del manejo logístico de distribución nacional de sus productos [15], [17], [18], [19], [20].

Indicador: producción y compras

En la Tabla 14, se muestra la información suministrada por los encuestados para esta indicador. Los subindicadores que la miden son: (a) planificación y procesos de producción, (b) mantenimiento, (c) investigación y desarrollo, (d) manejo de inventarios y (e) ubicación e infraestructura. Al baremarse con la escala de valoración, se determina el grado en el cual califican los procesos de producción y compras en las empresas del estudio.

Tabla 14. Indicador: producción y compras

Baremos		Fa	Fr%	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr	Fr/nivel %				Fr %	Total	
Grado	Escala	Ítem 13		Ítem 14		Ítem 15		Ítem 16		Ítem 17	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Total		
Alto	5	S	10	43	12	52	1	4	20	87	15	65	74	83	17	87	91	70
	4	CS	7	30	7	30	3	13	0	0	6	26						
Medio	3	O	2	9	3	13	6	26	2	9	1	4	9	13	26	9	4	12
Bajo	2	CN	3	13	0	0	5	22	0	0	0	0	17	4	57	4	4	17
	1	N	1	4	1	4	8	35	1	4	1	4						
Total		23	100	23	100	23	100	23	100	23	100	100	100	100	100	100	100	100

La ponderación de la frecuencia de las respuestas determina un grado alto de competitividad para este indicador, al ubicarse en la tercera escala de ese baremo (ver Tabla 15):

Tabla 15. Grado de competitividad del indicador producción y compras del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad del indicador producción y compras del sector
Bajo	5 - 11	
Medio	12 - 18	
Alto	19 - 25	19.6

Al analizar la teoría en [12], se observa su propuesta de tres estrategias generales que proveen un punto de partida estratégico en la producción y compras que conciernen al liderazgo de costos, diferenciación y enfoque al nicho o segmento de mercado conocido, atender tales aspectos demanda una producción que esté acorde con un plan definido del proceso de fabricación de los productos; sin embargo, es importante señalar, que un porcentaje importante de las Mipyme indagadas no tienen tales preceptos; se encuentran además, lejos de investigaciones para acercarse a formas de evitar paradas mediante una acción preventiva en mantenimiento de las máquinas, política de manejo de inventarios o de estudiar la favorabilidad o no de la ubicación geográfica, todo lo cual les resta competitividad en el renglón artesanal [22], [23].

Indicador: contabilidad y finanzas

En la Tabla 16, se muestra la información suministrada por los encuestados para este indicador. Los subindicadores que la miden son: (a) monitoreo de costos y contabilidad, (b) administración financiera, y (c) normas legales y tributarias. Al aplicar el baremo, se determina el grado en el cual califican los procesos de contabilidad y finanzas en las empresas artesanas de Sampués.

Tabla 16. Indicador: contabilidad y finanzas

Baremo		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fr/nivel %			Fr (promedio) %
Grado	Escala	Ítem 18		Ítem 19		Ítem 20		Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20	Total
Alto	5 S	21	91	9	39	18	78	91	48	83	74
	4 CS	0	0	2	9	1	4				
Medio	3 O	0	0	0	0	1	4	0	0	4	1
Bajo	2 CN	1	4	7	30	1	4	9	52	13	25
	1 N	1	4	5	22	2	9				
Total		23	100	23	100	23	100	100	100	100	100

El resultado final para este indicador es de un grado medio de competitividad, como se visualiza en la Tabla 17.

Tabla 17. Grado de competitividad del Indicador contabilidad y finanzas sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad del Indicador contabilidad y finanzas sector
Bajo	3 - 7	
Medio	8 - 12	12
Alto	13 - 15	

Según lo que indica la teoría con relación al indicador contabilidad y finanzas “una empresa tiene al menos tres objetivos generales: supervivencia, crecimiento y utilidades, independientes de la voluntad de los dirigentes, pero además tiene objetivos particulares que dependen de los deseos de los gerentes” [15, p. 42], aspecto en los que son determinantes un buen sistema de costos, la planificación de los recursos a largo plazo y las asunciones

empresariales en materia tributaria, sin embargo, las Mipyme de artesanías de Sampués apuntan en gran manera a la contabilidad de costos, por cuanto implica control sobre los flujos de fondo y utilidades, pero descuidan una adecuada planificación para reducir cargas en materia tributaria.

Dimensión 3. Factores operativos de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampués.

Esta dimensión se examina para diagnosticar el grado de competitividad de los factores operativos de las Mipyme del sector artesanal del municipio de Sampués a través de los indicadores: aseguramiento de la calidad y sistema de información. En la Tabla 18, se evidencia que el grado de competitividad obtenido es alto, situarse en 24 dentro de la escala.

Tabla 18. Grado de competitividad de la dimensión factores operativos del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad de la dimensión factores operativos del sector
Bajo	6 – 14	
Medio	15 - 23	
Alto	24 - 30	24

A continuación se exponen los hallazgos para cada indicador:

Indicador: aseguramiento de la calidad.

En la Tabla 19, se muestra la información suministrada por los encuestados para este indicador. Los subindicadores que la miden son: (a) aspectos generales de la calidad y (b) sistemas de calidad. Al baremarse con la escala, se determina el nivel en el cual califican los encuestados los procesos de aseguramiento de la calidad en las empresas del estudio.

Tabla 19. Indicador: aseguramiento de la calidad

Baremo		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fr/nivel %		Fr (promedio) %
Grado	Escala	Ítem 21		Ítem 22		Ítem 21	Ítem 22	Total
Alto	5 S	19	83	5	22	91	57	74
	4 CS	2	9	8	35			
Medio	3 O	2	9	4	17	9	17	13
Bajo	2 CN	0	0	1	4	0	26	13
	1 N	0	0	5	22			
Total		23	100	23	100	100%	100	100

Los resultados para este indicador lo sitúan en un alto grado de competitividad (Tabla 20):

Tabla 20. Grado de competitividad del indicador aseguramiento de la calidad del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad del indicador aseguramiento de la calidad. Sector
Bajo	2 – 4	
Medio	5 - 7	
Alto	8 - 10	8

Al analizar la teoría con relación a este indicador, aseguramiento de la calidad, se comparte lo argumentado por [22], [25], ya que el 60% del valor organizacional está en elementos intangibles, es decir, en aquellos aspectos representados en la cultura organizacional, en sus valores, en sus principios éticos, la imagen de credibilidad ante los clientes, aspectos que en la práctica son operacionalizados por las personas. Se trata de aspectos escasamente valorados por parte de las Mipyme artesanales de Sampués, por cuanto si bien gran parte de ellos define de forma planificada los parámetros de calidad que tendrá el producto final, otras, no atienden normas técnicas de organismos avaladores.

Indicador: sistema de información

En la Tabla 21, se muestra la información suministrada por los encuestados para este indicador. Los subindicadores que la miden son: (a) planificación del sistema, (b) entradas, (c) procesos y (d) salidas.

Tabla 21. Indicador: sistema de información

Baremo		Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	%Fr/nivel				%Fr (promedio)
Grado	Escala	Ítem 23		Ítem 24		Ítem 25		Ítem 26		Ítem 23	Ítem 24	Ítem 25	Ítem 26	Total
Alto	5 S	13	57	10	43	9	39	11	48	78	74	65	74	73
	4 CS	5	22	7	30	6	26	6	26					
Medio	3 O	1	4	3	13	3	13	2	9	4	13	13	9	10
Bajo	2 CN	1	4	1	4	1	4	2	9	17	13	22	17	17
	1 N	3	13	2	9	4	17	2	9					
Total		23	100	23	100	23	100	23	100	100	100	100	100	100

Esos resultados permiten inferir que las Mypimes objeto de estudio poseen un alto grado de competitividad con relación a ese alto grado de competitividad indicador, tal como se evidencia en la Tabla 22.

Tabla 22. Grado de competitividad del indicador sistema de información del sector

Valoración	Intervalo	Grado de competitividad del indicador sistema de información del sector
Bajo	4 – 9	
Medio	10 – 15	
Alto	16 – 20	16

Al relacionar la teoría con respecto al indicador sistema de información en términos de competitividad, es importante considerar el argumento de [18, p. 155], al plantear que “la información es un activo cuando la inteligencia la transforma en valor”. Es una frase simple que revela una visión del manejo de la información como una forma de capital y por tanto debe gestionarse para que rinda tributos a la empresa, sin embargo un porcentaje importante de las Mipyme artesanales de Sampués, carecen de estrategias de comunicación para promocionarse y darse a conocer; son pocos los que llevan una información ordenada del mercado de clientes; tampoco recurren a los medios que posibilitan los medios virtuales para diversificar los canales de comunicación y distribución; encuentra dificultades para controlar el flujo de información del mercado de clientes. Todo lo anterior le resta competitividad al sector artesanal analizado [26] [27].

Conclusiones

Se concluye que las Mypimes poseen fortalezas para avanzar hacia un alto grado de competitividad debido a que ninguno de los ocho (8) indicadores que miden esta variable tienen un bajo grado de competitividad, sin embargo, deben emprender acciones para avanzar en el mejoramiento de los indicadores. Se visualiza el sector artesanal con grandes potencialidades para contribuir con el desarrollo competitivo del Municipio Sampués como generador de beneficio social y económico para las comunidades de la región. Sin embargo, se hace necesario que este sector emprenda estrategias más competitivas que atiendan los subindicadores de los factores estratégicos, financieros y operativos que se ubicaron en un bajo y medio grado de competitividad y convertirlos en grandes fortalezas, y puedan estas empresas ubicarse en un grado alto de competitividad, por lo que la investigación deja espacios

abiertos para profundizar en el conocimiento de esta cadena productiva con la finalidad. Los hallazgos encontrados conducen a visibilizar la necesidad de formación del empresariado artesanal desde una educación remedial; la adopción de políticas públicas orientadas a la Mipyme para un fortalecimiento de largo plazo; y prever planes de gestión medioambiental para la disposición de residuos de producción desde la acción conjunta del sector artesanal.

Referencias

- [1] M. Porter. *La ventaja competitiva*. [En línea]. Disponible en: http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf. [Accedido:22-junio-2021]
- [2] “Supervivencia de las MiPyme: un problema por resolver. Semana Económica”, ASOBANCARIA. pp. 1-14. 2018. [En línea]. Disponible en: <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1145.pdf>. [Accedido:20-junio-2021]
- [3] “Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación. Comisiones Regionales para la Competitividad, Ciencia y Tecnología”. [En línea]. Disponible en: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sneci/Paginas/Comisiones-Regionales-de-Competitividad.aspx>, 2018.[Accedido:22-junio-2021]
- [4] N. Camargo, “Análisis de la Competitividad Regional en Colombia. Un enfoque desde las Comisiones Regionales de Competitividad”, trabajo de Grado. Universidad de la Salle. Bogotá D.C, 2016.
- [5] “Plan de Desarrollo del municipio Sumpués. Unidos haremos más desarrollo con compromiso social: 2016-2019”. Alcaldía Municipal de Sumpués. Sumpués, Sucre, [En línea].Disponible: <http://www.sampues-sucre.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-20162019>. [Accedido:20-junio-2021]
- [6] A. Baquero y M. González, “Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sumpués y Coveñas”, tesis de maestría. Cartagena, Colombia: Universidad Tecnológica de Bolívar. 2016. [En línea]. Disponible en: <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0069864.pdf>.
- [7] “Artesanías de Colombia. Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano. Bogotá”, Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo tecnológico de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa FOMIPYME, 2001.
- [8] “Competitividad: El motor del crecimiento. Washington, DC, Estados Unidos de América”, Banco Interamericano de Desarrollo. 2001. [En línea]. Disponible en: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Competitividad-el-motor-del-crecimiento.pdf>. [Accedido:20-junio-2021]
- [9] M. Armijo, “Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público”. 2009. [En línea]. Disponible en: <https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3718> [Accedido:10-mayo-2021]
- [10] E. Mora, M. Vera y Z. Melgarejo, “Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá”, *Revista Estudios Gerenciales*, volumen 31, número 134, pp. 79-87. 2015. [En línea]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/>

- science/article/pii/S0123592314001600 [Accedido:10-mayo-2021]
- bvirtual/BVCM001891.pdf [Accedido:17-mayo-2021]
- [11] N. Groenow, *Proceso de Administración Estratégica*. [Diapositivas]. [En línea]. Disponible en: https://prezi.com/x3ur_hehkkxqe/proceso-de-administracion-estrategica/, 2015.
- [12] P. Drucker, *La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas*. Buenos Aires. Argentina, 2002.
- [13] F. David, *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena Edición. México: Pearson Educación, 2003.
- [14] L. Rubio y V. Baz, *El poder de la competitividad*. México: Fondo de Cultura Económica, 2015.
- [15] J. P. Sallenave, *Gerencia y planificación estratégica*. Bogotá, D.C.: Grupo Editorial Norma, 2002
- [16] I. Acosta, M. Pérez y J. Hernández, “Las PYMES en el desarrollo de la economía social. Factores de éxito subsector”. *Revista Negotium*, vol. 4, núm 12, pp. 100-120. 2009.
- [17] M. Saavedra, *Hacia la competitividad de la Pyme latinoamericana. Macroproyecto de investigación ALAFEC*. Disponible en: http://www.alafec.unam.mx/docs/macroproyectos/competitividad_macro.pdf
- [18] A. Modrego y A. Barge-Gil, “La inteligencia competitiva en las planificación de las actividades de investigación e innovación”, en *La inteligencia competitiva. Factor clave para la toma de decisiones de las organizaciones*. Comunidad de Madrid, 2007, pp. 146-156. [En línea]. Disponible en: <http://www.madrid.org/>
- [19] J. Martínez y C. Álvarez, “Mapa de competitividad para el diagnóstico de PYMES”, en *Memorias XI Foro de Investigación. Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*, México, D. F., octubre 2006.
- [20] J. Restrepo, O. Loaiza y E. Gálvez, “Innovación y desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia”, *Revista de Ciencias Sociales*, vol. XXII, núm. 4, octubre-diciembre, 2016, pp. 24-40 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela, 2016.
- [21] M. Porter, *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona, España: Plaza y Janés, 2007.
- [22] D. Rodríguez y D. Bolaño, “Estrategias de crecimiento utilizadas para la competitividad en las microempresas colombianas”, Trabajo de Grado. Santa Marta: Universidad Cooperativa de Colombia. 2018. [En línea]. Disponible en: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_crecimiento_competitividad.pdf. [Accedido:17-mayo-2021]
- [23] A. Herrera, M. Morejón, A. Gómez y H. Hernández, *Pragmatismo competitivo de las pymes de la Región Caribe*. Barranquilla: Corporación Universitaria Latinoamericana. 2015. [En línea]. Disponible en: <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/3188/Pragmatismo%20Competitivo.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Accedido:27-mayo-2021]
- [24] F. Ramírez, “Identificación y reducción de los niveles de desperdicio, desde la perspectiva de Lean Manufacturing en

- la empresa Flowserve Colombia SAS”, tesis de maestría, Chía, Cundinamarca, Universidad de la Sabana, 2017.
- [25] Y. Zuluaga, M. Doria, M. Avilés, E. Lugo, D. Martínez y A. Martínez, “Análisis del sistema de costos de las empresas manufactureras del municipio de Sampués”, trabajo final de grado, Sucre. Sincelejo, Colombia: Universidad de Sucre, 2016.
- [26] “Informe Económico del Departamento de Sucre. Sincelejo, Sucre”, Cámara de Comercio de Sincelejo. [En línea]. Disponible en: <https://ccsincelejo.org/wp-content/uploads/2018/02/Informe-Econ%C3%B3mico-Sucre-2017.pdf>. 2017. [Accedido:27-mayo-2021]
- [27] “Artesanías-Sucre.Bogotá, Colombia”, Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC). [En línea]. Disponible en: <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca>.