

Factores de Éxito en las Unidades de Negocio de Caña Flecha en el Municipio de Sampués, Sucre, Colombia*

Para citar este artículo: Ruiz-Carta, E. P., Vergara Narváez, A. J. & Meza Herazo, I. I. (2021). "Factores de éxito en las unidades de negocio de caña flecha en el municipio de Sampués, Sucre, Colombia" *In Vestigium Ire*. Vol. 15-1, pp. 67-82.

Success Factors in the Caña Flecha Business Units in the Municipality of Sampués, Sucre, Colombia.

Facteurs de réussite des unités commerciales de Caña Flecha dans la municipalité de Sampués, Sucre, Colombie

Factores de sucesso nas Unidades de Negócios de Caña Flecha no Município de Sampués, Sucre, Colômbia

Erika Patricia Ruiz Carta¹

Andrés José Vergara Narváez²

Isabel Inés Meza Herazo³

Fecha de recepción: 22 de abril de 2021

Fecha de aprobación: 15 de junio 2021

67



Resumen

El presente artículo tuvo como objetivo determinar los factores que inciden en el éxito de las unidades de negocio de artesanías en caña flecha en el municipio de Sampués-Sucre, Colombia, de acuerdo con la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC). La investigación realizada fue bajo el enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, la muestra

estuvo conformada por 320 talleres artesanales informales y formales que se dedican a este oficio artesanal. Durante el proceso investigativo, se llevaron a cabo análisis de correlación bivariada de Pearson y de regresión lineal múltiple para la identificación de los factores que tiene incidencia en el éxito de estos negocios. Dentro de los hallazgos encontrados las tecnologías de producción, la escolaridad, el control

* Este artículo es resultado de la investigación denominada "Análisis de los factores que inciden en el éxito de las unidades de negocio en caña flecha en Sampués, Sucre 2019". Investigación llevada a cabo para obtener título de magíster en administración de empresas en la Universidad Tecnológica de Bolívar.

1 Magíster en Administración Corporación Universitaria del Caribe. Correo electrónico: ecarta19@hotmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4952-3123> Sucre, Sincelejo – Colombia.

2 Magíster en Administración. Corporación Universitaria del Caribe. Correo electrónico: andres.vergaran@cecar.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3391-9235> Sucre, Sincelejo – Colombia.

3 Magíster en Administración. Corporación Universitaria del Caribe. Correo electrónico: ing.isabelmeza@gmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7440-3908> Sucre, Sincelejo - Colombia.

financiero, la innovación organizativa, las tecnologías de información, las mejoras en calidad, la capacidad en el manejo del negocio, en el manejo del proceso y habilidad para diferenciar el producto constituyen los factores asociados al éxito de esos talleres de artesanías.

Palabras clave: Recursos y capacidades, factores de éxito, artesanías, Colombia.

Abstract

The objective of this article was to determine the factors that influence the success of the arrow cane handicraft business units in the municipality of Sampués-Sucre, Colombia, according to the Resources and Capabilities Theory (TRC). The research was carried out under a descriptive quantitative approach, the sample consisted of 320 informal and formal artisan workshops engaged in this craft. During the research process, Pearson's bivariate correlation and multiple linear regression analyses were carried out to identify the factors that influence the success of these businesses. Among the findings, production technologies, schooling, financial control, organizational innovation, information technologies, quality improvements, business management skills, process management and the ability to differentiate the product are the factors associated with the success of these handicraft workshops.

Keywords: Resources and capabilities, success factors, handicrafts, Colombia.

Résumé

L'objectif de cet article était de déterminer les facteurs qui influencent le succès des unités commerciales de l'artisanat de

la canne à flèche dans la municipalité de Sampués-Sucre, en Colombie, selon la théorie des ressources et des capacités (TRC). La recherche a été menée dans le cadre d'une approche quantitative descriptive, l'échantillon était composé de 320 ateliers artisanaux informels et formels engagés dans cet artisanat. Au cours du processus de recherche, des analyses de corrélation bivariée et de régression linéaire multiple de Pearson ont été effectuées pour identifier les facteurs qui influencent le succès de ces entreprises. Parmi les résultats, les technologies de production, la scolarisation, le contrôle financier, l'innovation organisationnelle, les technologies de l'information, l'amélioration de la qualité, les compétences en gestion d'entreprise, les compétences en gestion de processus et la capacité à différencier le produit sont les facteurs associés au succès de ces ateliers artisanaux.

Mots clés : Ressources et capacités, facteurs de succès, artisanat, Colombie.

Resumo

O objetivo deste artigo era determinar os fatores que influenciam o sucesso das unidades de negócio de artesanato de cana de flecha no município de Sampués-Sucre, Colômbia, de acordo com a Teoria dos Recursos e Capacidades (TRC). A investigação foi realizada sob uma abordagem quantitativa descritiva, a amostra consistiu em 320 oficinas de artesanato informais e formais envolvidas neste artesanato. Durante o processo de investigação, foram efetuadas análises de correlação bivariada e regressão linear múltipla de Pearson para identificar os fatores que influenciam o sucesso destes negócios. Entre os resultados, tecnologias de produção, escolaridade,



controle financeiro, inovação organizacional, tecnologias de informação, melhorias de qualidade, competências de gestão empresarial, competências de gestão de processos e a capacidade de diferenciar o produto são os factores associados ao sucesso destas oficinas de artesanato.

Palavras-chave: recursos e capacidades, factores de sucesso, artesanato, Colômbia

Introducción

A nivel mundial, las organizaciones del sector artesanal representan un aspecto fundamental en el sistema económico, en gran parte por los aportes en la generación de empleo y la participación en el Producto Interno Bruto (PIB) de estas (Hernández et al., 2011). En países como Italia, “alrededor del 24% de las empresas pertenecen a este sector” (Bouchart, 2004, p. 2) y en México este sector aporta alrededor del 0,4% del PIB nacional (Correa et al., 2006) lo que coloca de relieve la contribución de dicho sector a las economías.

Por su parte en Colombia, las artesanías tienen una alta proyección y aceptación en el mercado internacional “las artesanías colombianas son reconocidas por la variedad de sus diseños, su carácter exótico y sobre todo por su calidad” (Acevedo y Gazabon, 2009, p. 1) y este cuenta con aproximadamente 300.000 personas relacionadas en la producción de artesanías (Serrano et al., 2019) y conformando el 15% de la ocupación manufacturera en el país (Procolombia, 2016).

No obstante a lo anterior, en el país se presentan una serie de barreras que difi-

cultan la actividad artesanal en aspectos como la comercialización, puesto que esta se realiza mayormente en el municipio de origen y solo el 6.9% de los artesanos logra vender sus productos en el exterior (Márquez y Serrano, 2017, p. 40), asimismo se tienen bajos niveles de producción el 59% de los artesanos desarrollan sus oficios en pequeñas unidades de negocios de forma individual y bajos niveles de asociatividad, solo el 26.8% de los artesanos forma parte de alguna asociación (Márquez y Serrano, 2017, p. 62, 69). Por otro lado, los recursos de tecnología son bajos, la producción artesanal es mayormente manual, alrededor del 72.7% de los artesanos utiliza herramientas manuales simples (Márquez y Serrano, 2017, p. 64). Estas condiciones pueden ser -explicadas por- las debilidades en las “formas de organización de los artesanos, sus sistemas de gestión, sus sistemas de producción, incluso su sistema de transferencia tecnológica, no han permitido un adecuado desarrollo, crecimiento y fortalecimiento del sector” (Acevedo y Gazabon, 2009, p. 2). Por consiguiente, esto conlleva a que estas unidades de negocios no generen los ingresos suficientes en su actividad económica, lo que finalmente repercute en la calidad de vida y bienestar de estas comunidades artesanales.

Este panorama descrito no es ajeno en los diferentes departamentos en donde se realiza oficios artesanales, como Sucre. En dicho territorio se desarrolla el oficio de la tejeduría en fibra natural, el cual a nivel nacional emplea el 57% de la fuerza laboral; lo que representa un segmento de gran importancia debido al porcentaje de ocupación de los artesanos (Artesanías de Colombia, 2000).

Sucre cuenta con municipios para la práctica artesanal en este caso Sampués el cual es el objeto de estudio de este artículo. El territorio de Sampués está situado en el sector occidental del Departamento de Sucre, hace parte de la subregión Sabanas, cuenta con una extensión de 209 km², está conformado por 32 barrios, 19 corregimientos y 16 veredas, representados en una población total de 37.925 habitantes identificado por su población Zenú con más de 19.384 habitantes y su población Rom de 41 habitantes (Alcaldía Municipal de Sampués, 2016), además existen alrededor de 1180 familias indígenas que se dedican al oficio de la tejeduría (Meléndez, 2019) y estas comunidades tienen como “principal oficio y fuente de empleo la elaboración de estas manufacturas y alrededor del 78% de sus ingresos provienen de estas” (Baquero y González, 2017, p. 114); por lo cual se coloca de relieve el desarrollo del estudio en la importancia de la actividad artesanal para el territorio.

Sin embargo, el departamento de Sucre a pesar de contar con esta vocación artesanal, concentrando el 10% de la actividad del sector de artesanías a nivel nacional, debido a las pocas políticas y líneas de acción encaminadas a promover y fortalecer las condiciones de este subsector en conjunto con las dificultades internas de las unidades de negocio pueden estar reprimiendo el desarrollo social, económico de las mismas afectando así el bienestar de estas comunidades artesanales.

En ese sentido, con base en lo descrito con anterioridad y sumado a que los negocios de artesanías son unidades pequeñas, con procesos productivos primarios y barreras que obstaculizan su actividad, entonces

¿Cuáles son los factores que inciden en su éxito? Para todas las organizaciones lograr el éxito y mantener una ventaja competitiva temporal se ha convertido en un desafío y es que en la literatura académica se encuentra una amplia gama de trabajos que han intentado responder esta inquietud mediante la identificación y análisis de factores claves para las empresas.

Empezar a hablar sobre el éxito en las organizaciones involucra muchos aspectos, debido a que cada empresa tiene sus propios indicadores y parámetros para medirlo, “las empresas aprecian de forma diferente al éxito, en función del cumplimiento de sus propios objetivos” (Llor y Vaca, 2018, p. 12), es decir que va a depender de la percepción de éxito de cada negocio. Para el caso de los negocios de artesanías en caña flecha, el propósito principal es el mantenimiento de su oficio artesanal y además la generación de riqueza para el sustento de las familias; por lo cual, los artesanos realizan esta actividad con base en sus experiencias y obtienen dinero a partir de las posibles ventas que generen.

En ese orden de ideas, diversos autores han relacionado el término competitividad con el éxito de una organización: la competitividad puede ser vista como un factor importante a la hora de hablar de éxito empresarial, la cual es considerada como la “capacidad para alcanzar una posición favorable a la hora de competir, de tal manera que permita tener mejor comportamiento en el mercado que el de los competidores” (Aragón y Rubio, 2005, p. 37), para estos autores la explicación entre el éxito y la competitividad tiene sus bases en que son los recursos y capacidades los generadores de ventajas competitivas lo que conduce a sustentar su éxito competitivo.



Asimismo, Hernández et al. (2007b) establecen que la competitividad tiene una relación directa con el éxito, pues una empresa es competitiva cuando posee la capacidad de identificar y aprovechar adecuada y eficientemente las oportunidades del mercado, de tal manera que se pueda potencializar y conseguir una posición favorable y sostenible, teniendo un desempeño mejor que el de sus competidores, es en ese lugar cuando se considera competitiva y exitosa.

Frente a los planteamientos de estos autores, se puede ver que consideran, si una empresa es competitiva, por ende, va a ser exitosa, además ven la competitividad con un factor y eslabón importante para la consecución del éxito; se sustentados en que de la disponibilidad de recursos y capacidades que tenga una empresa para generar ventajas competitivas, estos serán los determinantes del mayor o menor éxito de la misma.

La Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) ha sido desarrollada para explicar cómo a partir de la gestión y desarrollo de las características internas las organizaciones pueden crear ventajas competitivas para lograr tener éxito frente a las demás. Este enfoque sostiene que “las empresas difieren en su dotación de recursos y capacidades, es decir, tienen funciones de producción diferentes, procesos de innovación y configuraciones de actividades y negocios diversos”

(Huertas et al., 2004, p. 89), por lo que es importante constituir a la empresa como un conjunto de conocimientos, habilidades y tecnología que se genere y aumente a través del tiempo para potencializar sus recursos y capacidades. En consecuencia, ha brindado un marco para el estudio de los factores internos en las organizaciones, que se constituyen en factores de éxito. De igual manera estos han sido definidos desde diversas perspectivas, teniendo como punto de coincidencia el hecho de que son fundamentales y relevantes para los procesos estratégicos de las organizaciones (Vásquez, 2002). Asimismo, como lo sustenta Aragón y Rubio (2005), los factores de éxito han sido empleados por las organizaciones para lograr su supervivencia en el entorno, mediante estos las empresas pueden generar ventajas competitivas temporales independientemente de los cambios del ambiente. Los estudios de estos autores en diferentes empresas han evidenciado que los factores de éxito con mayor aplicación son: recursos financieros, tecnológicos, innovación, capacidades de marketing, gestión del talento humano, capacidad directiva y los sistemas de tecnología y comunicación (Aragón y Rubio, 2005); claro está que cada organización es única y tiene sus propias características por lo cual dichos factores van a depender de la dinámica de la misma. En la tabla 1 se muestran los factores asociados al éxito.

Tabla 1. Factores asociados al éxito.

Ítems destacados	Autor
Recursos humanos	(Aragón & Rubio, 2005), (Solleiro y Castañón, 2005), (Estrada et al., 2009)
Gestión financiera	(Birley y Westhead, 1990) (Acar, 1993), (Solleiro y Castañón, 2005), (Rubio y Aragón, 2008)
Recursos tecnológicos	(Claver et al., 2000), (Solleiro y Castañón, 2005) (Peñaloza, 2007), (Rubio y Aragón, 2008), (Estrada et al., 2009)(González, 2015)
Innovación	(Vásquez, 2002), (Ribeiro, 2003) (Mathison et al., 2007) (Rodeiro y López, 2007), (Rubio y Aragón, 2008), (Estrada et al., 2009) (Ortiz y Arredondo, 2014)
Capacidades de marketing	(Solleiro y Castañón, 2005), (Rubio y Aragón, 2008), (Martínez et al., 2010), (Castillo et al., 2013), (Montes et al., 2017)
Calidad	(Rubio y Aragón, 2008), (Solleiro y Castañón, 2005), (Martínez et al., 2010), (Perea, 2012)
Producción	(Birley y Westhead, 1990), (Hernández et al., 2007b)
Capacidades directivas	(Aragón y Rubio, 2005) (Martínez et al., 2010)
Sistemas de información	(Aragón y Rubio, 2005)
Cultura	(García y Álvarez, 1996)

Nota: Se presenta los factores asociados al éxito con base en la revisión de la literatura.

Fuente: Elaboración propia.



No obstante, cuando las organizaciones se encuentran consolidadas, los factores claves ofrecen una base sólida y se tiene la idea de que son los generadores del éxito, empero “cuando los factores sólo están basados en las preferencias del consumidor, como los negocios de artesanía, entonces hay una variabilidad en la empresa, en la formalidad y en la flexibilidad de la misma estructura, los factores de éxito son diversos y se duda de su efectividad (Hernández et al., 2007b), es decir que los factores de éxito varían de acuerdo a la naturaleza, características de los negocios de artesanías.

En la literatura son diversos los autores que han utilizado parámetros para medir los factores de éxito, siendo los más empleados los indicadores económicos (Gadenne, 1998; Kim et al., 2008); sin embargo, un

solo indicador no puede ser objetivo a la hora de medir el éxito, puesto que este se ve afectado por diferentes variables (Daily y Dalton, 1992); por lo cual, se propone utilizar una medida multidimensional que integre variables cualitativas y cuantitativas para medir el éxito en las organizaciones (Aragón y Rubio, 2005). Como lo demuestra el estudio realizado por Hernández et al., (2007b) al utilizar la satisfacción con el negocio, ingresos en ventas, crecimiento y tamaño del negocio como parámetros para explicar el éxito de los negocios de artesanías en México.

Por consiguiente, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, el presente artículo tuvo como propósito principal determinar los factores que inciden en el éxito de las unidades de negocio en caña flecha en

Sampués, Sucre, siendo el punto inicial para lograr entender los pilares sobre los cuales se sustentan el éxito de estas unidades de negocio; bajo el enfoque de la teoría de recursos y capacidades, por lo cual su aporte significativo se orienta al manejo que tiene los artesanos de los recursos tangibles e intangibles, capacidades de sus propias unidades de negocio para mejorarlas y para garantizar su supervivencia en el mercado; asimismo permitirá fortalecer los estudios referentes al sector artesanal, puesto que será un documento base para futuras investigaciones en donde se pueda utilizar la metodología planteada para la identificación y análisis de los factores en otros oficios artesanales en el Departamento, lo que conlleva a estimular el desarrollo de estas comunidades artesanales del territorio.

Metodología

Diseño de la Investigación

La investigación se llevó a cabo utilizando el enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo, tal como lo plantean Hernández et

al., (2014) ya que el propósito del estudio fue determinar los factores que inciden en el éxito de las unidades de negocio en caña flecha en Sampués, Sucre, por lo tanto se le atribuye la caracterización de un fenómeno en magnitud, reflejándose de manera numérica y de explicar su manifestación.

Para el desarrollo del estudio se realizó una revisión bibliográfica en artículos e investigaciones relacionadas con la temática con el propósito de identificar los aspectos o variables principales y su medición, en ese sentido se toma como soporte los aportes de los autores Aragón y Rubio (2005), debido al énfasis encontrado en los resultados y conclusiones en sus investigaciones en México, dichas variables son: talento humano, gestión financiera, recursos tecnológicos, innovación, calidad, capacidades de marketing y capacidades directivas; mientras que para la medición del éxito se tuvo como referente a Hernández et al. (2007b), debido a los hallazgos obtenidos en su estudio en México, las cuales fueron antigüedad del negocio, tamaño del negocio e ingresos por ventas.

Población y Muestra

Tabla 2. *Población y muestra.*

Población	1180 unidades de negocios informales y formales que se dedican a la elaboración de artesanías en caña flecha en Sampués.
Unidad de análisis	Unidades de negocios informales y formales que se dedican a la elaboración de artesanías en caña flecha en Sampués.
Muestreo	Muestreo probabilístico Aleatorio Simple
Nivel de confianza	96%
Error	5%
Muestra	320

Nota: La información de la población objeto de estudio fue suministrada por la secretaría de desarrollo económico del municipio de Sampués.

Fuente: Elaboración propia.

Instrumento

Para la recolección de los datos se realizó una encuesta a los artesanos que se dedican al oficio de la tejeduría en caña flecha en el municipio de Sampués, la cual estuvo conformada por 72 preguntas dividida en 10 componentes; uno compuesto de información general (20 primeros ítems), mientras los restantes describen la composición de la unidad de negocio (52 ítems) de estos últimos, 17 ítems corresponden a las valoraciones de las variables: gestión financiera, recursos tecnológicos, innovación, calidad, capacidades de marketing y capacidades directivas mediante una escala tipo Likert.

Análisis de Datos

Para el análisis de los datos los cuales se obtuvieron a partir de las encuestas aplicadas a las 320 unidades de negocios artesanales en el municipio de Sampués, Sucre, Colombia, se empleó el software estadístico SPSS versión 26. En primer

lugar, se realizó un análisis exploratorio para caracterizar las unidades de negocio artesanales de caña flecha con base a las medidas de éxito, posteriormente se llevó a cabo el análisis de correlación bivariada de Pearson para determinar las relaciones de causalidad entre las variables y finalmente los análisis de regresión múltiple en donde se determinaron los factores que inciden en el éxito en las unidades de negocios objeto de estudio.

Resultados y Análisis de Resultados

Caracterización de las Unidades de Negocio

Para determinar el éxito de las unidades de negocio en caña flecha se tuvo en cuenta tres medidas: antigüedad del negocio, tamaño del negocio e ingresos por ventas, las cuales se sustentan de acuerdo con las condiciones en el que se desarrolla el subsector artesanal. A continuación, se presentan los resultados y los análisis encontrados.

Tabla 3. Antigüedad del negocio.

	Frecuencia	Porcentaje
0 a 5 años	60	18,75
5 a 25 años	196	61,25
más de 25 años	64	20,00

Fuente: Elaboración propia.

Como se evidencia en la tabla 3, 60 negocios tienen una antigüedad entre los cero y los cinco años (18,75%); 196 tienen una antigüedad entre los cinco y los veinticinco años (61,25%) y 64 de estos negocios tienen

una antigüedad que supera los veinticinco años (20,0%). Con base en estos datos, se puede observar la experiencia y tradición que tienen los artesanos en el manejo de las unidades de negocios.

Tabla 4. Número de personas que conforman el negocio.

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 3 personas	169	52,81
Entre 3 y 6 personas	122	38,12
Más de 6 personas	29	9,07

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se muestra el número de personas que conforman el negocio, donde 169 de estos están conformados por un número de personas entre 1 y 3 (52,81%); entre 3 y 6 personas conforman en total 122 negocios

(38,12%) y 29 de estos negocios están conformados por más de 6 integrantes (9,07%). Estas cifras expresan que las unidades de negocios están compuestas principalmente por los miembros de las familias.

Tabla 5. Ingreso por la venta de las artesanías.

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$590.000	314	98,1
Entre \$590.001 y \$1.000.000	5	1,6
Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	1	0,3

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5 se observa que 314 negocios generan ingresos mensuales por las ventas inferiores a \$590.000 lo cual representa el 98,1% de estas; mientras que 5 generan ingresos mensuales entre \$590.001 y \$1.000.000 lo cual sólo representa el 1,6%; además sólo un negocio registró generar ingresos mensuales entre \$1.000.001 y \$2.000.000. Frente a esto se puede evidenciar que la actividad artesanal es el sustento

económico de las comunidades indígenas para cubrir apenas sus necesidades básicas en algunos de los casos.

Análisis de Correlación Bivariada de Pearson

La tabla 6 presenta los análisis de correlación bivariada de Pearson de los factores de éxito con las medidas de éxito.

Tabla 6. Análisis de correlación bivariada mediante el método de Pearson.

	Antigüedad del negocio	Tamaño	Ingreso
Control financiero	0,056	,200**	0,024
Accesibilidad a créditos	0,095	0,010	,165**
Tecnologías de producción	,119*	0,046	-,339**
Tecnologías de información	0,066	0,078	-,326**
Innovación de productos	0,017	0,101	0,055
Innovación en procesos	0,083	0,073	,278**

	Antigüedad del negocio	Tamaño	Ingreso
Innovación organizativa	0,045	0,062	-,449**
Mejoras en calidad	0,030	0,058	,138*
Utilización de marcas	0,054	0,030	0,018
Habilidad para mejorar los canales de ventas	0,007	0,085	0,106
Habilidad para diferenciar productos	0,055	,198**	0,081
Habilidad para posicionar el producto	0,085	0,032	0,072
Habilidades para mejorar el servicio al cliente	0,001	,147**	0,067
Manejo del negocio	,145**	,147**	0,016
Manejo del proceso	,151**	,134*	0,046
Administración	0,063	,140*	0,016
Escolaridad	0,061	,136*	,121*

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05; **. La correlación es significativa en el nivel 0,01.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior evidencia el análisis de correlación bivariada de Pearson, dentro de los hallazgos se destaca que la medida antigüedad del negocio está asociada significativamente con las tecnologías en producción, manejo del negocio y manejo del proceso, por su parte la medida tamaño del negocio está asociada significativamente a el control financiero, la habilidad para diferenciar los productos, las habilidades para mejorar el servicio al cliente, el manejo del negocio, el manejo del proceso, la administración y el nivel de escolaridad; mientras que la medida ingresos se encuentra asociado significativamente con la accesibilidad a créditos, tecnologías de producción, tecnologías de información, innovación de

procesos, innovación organizativa, mejoras de calidad y el nivel de escolaridad.

Análisis de Regresión Múltiple

Los análisis de regresión múltiple se llevaron a cabo para la variable independiente que están conformadas por los factores de éxito y la variable dependiente que están constituidas por las medidas de éxito. Para ello, se tuvo en cuenta la depuración realizada en la tabla 6 en donde para cada uno de los modelos no se tuvo en cuenta aquellos factores de éxito que no presentaron asociaciones significativas con dichas medidas. A continuación, las tablas 7, 8 y 9 presentan estos resultados.

Tabla 7. Análisis de regresión múltiple para la antigüedad del negocio.

	Coefficientes	Significancia	R	R ²
Constante	-27,57*	0,03	0,712	0,51
Tecnologías de producción	5,66*	0,02		
Manejo del negocio	0,64*	0,04		
Manejo del proceso	1,65**	0,01		

*. El parámetro es significativo en el nivel 0,05; **. El parámetro es significativo en el nivel 0,01.

Fuente: Elaboración propia.

Frente a lo anterior, con relación a la medida antigüedad del negocio se tuvo como resultado que los coeficientes de tecnologías de producción, manejo del proceso y manejo

del negocio fueron significativos y explican en conjunto el 51% del comportamiento de la medida antigüedad del negocio.

Tabla 8. *Análisis de regresión múltiple para el tamaño del negocio.*

	Coefficientes	Significancia	R	R ²
Constante	-2,70	0,09	0,782	0,61
Control financiero	0,36'	0,02		
Habilidad para diferenciar productos	0,23'	0,02		
Habilidades para mejorar el servicio al cliente	0,06	0,82		
Manejo del negocio	0,05	0,47		
Manejo del proceso	0,22	0,10		
Administración	0,04	0,71		
Escolaridad	0,37**	0,01		

*. El parámetro es significativo en el nivel 0,05; **. El parámetro es significativo en el nivel 0,01.

Fuente: Elaboración propia.

Por su parte para la medida tamaño del negocio se obtuvo como resultado que el control financiero, la habilidad para dife-

renciar productos y la escolaridad explican el 61% de la variabilidad del tamaño de los negocios.

Tabla 9. *Análisis de regresión múltiple para el ingreso.*

	Coefficientes	Significancia	R	R ²
Constante	2,50**	0,00	0,832	0,69
Accesibilidad a créditos	0,004	0,09		
Tecnologías de producción	-0,06	0,22		
Tecnologías de información	-0,07**	0,00		
Innovación en procesos	0,01	0,61		
Innovación organizativa	-0,03**	0,01		
Mejoras de calidad	0,02'	0,04		
Escolaridad	0,002	0,79		

*El parámetro es significativo en el nivel 0,05; **. El parámetro es significativo en el nivel 0,01.

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la tabla 9 la medida del ingreso tuvo como hallazgo que las tecnologías de información, innovación organizativa y las mejoras de calidad explican el 69% del comportamiento de los ingresos.

De lo anterior se puede observar que de los 17 factores analizados solo 9 factores son los que influyen de forma significativa en las unidades estudiadas. Con base en estos datos se estructuraron cada una de

las ecuaciones de regresión para explicar cuáles factores determinan el éxito y se establecieron así:

Si, C= Constante

Y1 = Antigüedad del negocio

Y2 = Tamaño del negocio

Y3 = Ingresos por ventas de artesanías

X1 = Tecnologías de producción

X2 = Manejo del negocio

X3 = Manejo del proceso

X4 = Escolaridad

X5 = Control financiero

X6 = Habilidad para diferenciar productos

X7 = Mejoras de calidad

X8 = Innovación organizativa

X9 = Tecnologías de información

Entonces:

$$Y1 = (-27.57) + 5.66X1 + 0.64X2 + 1.65X3$$

$$Y2 = (-2.70) + 0.37X4 + 0.36X5 + 0.23X6$$

$$Y3 = 2.50 + 0.02X7 - 0.03X8 - 0.07X9$$

por lo tanto, es importante fomentar la innovación en sus procesos.

Otro factor resultante es la capacidad para manejar el proceso de producción, con relación a este se evidencia la experiencia de los artesanos en su oficio, lo que ha permitido sostener dicha actividad, de acuerdo con Domínguez et al. (2004) los artesanos realizan “los procesos de elaboración de los productos de forma muy eficiente, no pueden ofrecerse productos más baratos que la competencia y se reduce la oportunidad de vender más” (p. 148), además se resalta que este proceso productivo se transmite de generación en generación para satisfacer las necesidades del hogar y en la actualidad con la llegada de turistas a los territorios deben ser más competitivos.

El manejo del negocio es otro factor de éxito, con relación a esto los artesanos atribuyen la forma de dirigir su negocio a los años de experiencia y conocimiento en el oficio y conforme a Hernández et al. (2007b) sostiene que esta se mide mediante las variables: “habilidad para dirigir el negocio, negociar con los proveedores, negociar con los clientes, dirigir a su personal, buscar asesorías, participar en eventos y programar la producción” (p. 87).

Un factor más encontrado es la escolaridad, a pesar de que el 53,8% de los artesanos no tiene ningún estudio, de acuerdo con Loo y Vaca (2018) “es un factor que ayuda a crecer y desarrollar los negocios del sector artesanal” (p. 95) por lo tanto se hace necesario la formación en los artesanos.

El control financiero es otro factor resultante, los negocios de artesanías en su mayoría no realizan registros ni procedimientos



Discusión

Dentro de los hallazgos obtenidos, de acuerdo con los resultados del análisis de regresión múltiple, se tiene que uno de los factores de éxito asociados a las unidades de negocio es la tecnología de la producción, la cual indica que las empresas más antiguas son las que actualmente poseen mayor tecnología de producción, expresada como herramientas y utensilios (en algunos casos rudimentarios) adquiridos con el tiempo, tal cual como lo sustentan Hernández et al. (2007b) al establecer que en relación con este factor, los artesanos fabrican sus artesanías con sus propias manos, aportando su propio estilo y cada uno de ellos se dedica a una labor específica dentro del proceso productivo, el cual lo continúan realizando empleando procesos con poca tecnología;

contables, lo que coloca de manifiesto el carácter informal de estos negocios y el bajo conocimiento de los artesanos en el uso de herramientas para organizar y llevar un control de la información financiera y de las operaciones de los mismos.

Un factor más obtenido es la habilidad para diferenciar productos, según Hernández et al. (2007b) “la diferenciación tiende a ser una capacidad de mercadotecnia deseable en los productos artesanales; sin embargo, la mayoría de los artesanos consideran que sus artesanías son buenas, económicas y que estas son suficientes para vender y aumentar sus ventas” (p. 95). Aunado a la dinámica de los consumidores, que tiende cada vez más al uso de plataformas comerciales (internet), lo que la mayoría de unidades a la actualidad no utiliza.

La calidad se suma como otro factor hallado, el cual es fundamental como generador de ingreso, debido a que la calidad vista por los clientes es el criterio más importante a la hora de impulsar una compra lo que se refleja al artesano en ingresos por ventas, como lo afirman Loor y Vaca (2018) “la calidad es sustancial y primordial para los productos” (p. 96). En ese sentido los artesanos deben orientarse a tener las certificaciones de calidad que les permita dar garantías de sus productos y que les posibilite a acceder a nuevos clientes y ser reconocidos.

Un factor más encontrado es la innovación organizativa, según Hernández et al. (2007b) esta se mide a través de “cambios en la organización del trabajo, nuevas formas de distribuir su productos, acceso a nuevos mercados, relaciones con clientes, proveedores” (p. 89); sin embargo, los artesanos realizan

en menor medida este tipo de actividades, a lo que complementa Hernández et al. (2007a) al establecer que la “introducción de estructuras organizacionales modificadas de manera significativa, o implantación de técnicas de administración avanzadas, o implantación de orientaciones estratégicas corporativas nuevas o muy modificadas; para las comunidades artesanales son difíciles de adquirir” (p. 375).

Las tecnologías de información se suman a la lista de factores encontrados, son pocos los negocios de artesanías que utilizan internet y es debido al bajo uso de equipos/dispositivos de los artesanos para el desarrollo de sus unidades productivas; según Hernández et al. (2007b) “son muy pocos los artesanos que brindan información de sus productos de manera sistemática y como estrategia para mejorar sus unidades de negocio” (p. 95). En ese sentido los artesanos deben propender por la implementación de este aspecto, puesto que esta manera les permite construir relaciones con los clientes y proveedores. No obstante, estos dos últimos factores representan para los artesanos mayores gastos económicos por lo cual ven comprometidos sus ingresos por la práctica de su actividad artesanal.

Conclusiones

El presente artículo determinó los factores que inciden en el éxito de las unidades de negocio de caña flecha en el municipio de Sampués, Sucre, los cuales se pueden medir con base en la antigüedad del negocio, tamaño del negocio e ingresos por ventas, estas medidas de éxito pueden escogerse con base en el número de aspectos que la conforman. De esta manera, para esta investigación no se tiene una ideal medida

de éxito puesto que, en todas, se tiene tres factores hallados estadísticamente, para un total de nueve factores distribuidos así recursos: tecnologías de producción, escolaridad, control financiero, innovación organizativa, tecnologías de información y mejoras en calidad y capacidades: capacidad en el manejo del negocio, capacidad en el manejo del proceso y habilidad para diferenciar el producto.

En ese orden de ideas, la medida antigüedad del negocio en estas unidades está en función de las tecnologías de producción, el manejo del negocio y del proceso. Esto implica que las unidades de negocios con más tiempo de funcionamiento requieren del mantenimiento de sus herramientas y del manejo, dominio y experiencia de todo el proceso de producción de las artesanías, lo que se convierte en la base de estos por ser una tradición cultural y familiar.

El tamaño de las unidades de negocio está determinado por la escolaridad, el control financiero y la habilidad para diferenciar productos. Este resultado es lógico debido a que en los negocios la formación del talento humano, la utilización de sistemas contables y plataformas digitales para dar a conocer los productos permiten un manejo adecuada de estas.

El ingreso por ventas de artesanías está en función de las mejoras de calidad, la innovación organizativa, las tecnologías de información. Esto conlleva que las unidades de negocio para poder generar las ventas dependen de la calidad de sus productos. Por su parte, para estas unidades de negocios realizar innovación organizativa e invertir en tecnologías de información se traduce

en gastos que terminan comprometiendo los ingresos por la venta de sus productos.

Conforme a lo anterior, es factible que las unidades de negocios puedan combinar sus recursos y capacidades de los cuales tiene disponibilidad para un obtener un mejor manejo del negocio, lo que permite evaluar y tomar mejores decisiones en el corto y mediano plazo; sin embargo, es necesario destacar que cada unidad es diferente así que lo se establece es una guía más no una fórmula de éxito.

Por consiguiente, frente al auge que ha tomado las investigaciones de los factores generadores de ventajas competitivas temporales, se recomienda que se realicen futuros estudios sobre estos factores en el subsector artesanal, con la finalidad de verificar de acuerdo al tipo de oficio artesanal cuales son los recursos y capacidades determinantes del éxito en las unidades de negocios de artesanías.

Referencias

Acevedo Chedid, J. y Gazabon Arrieta, F. A. (2009, junio 2-5). Modelo de intervención para el mejoramiento de procesos artesanales, mediante la integración: Estado - universidad - empresa - sociedad. *Seventh LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2009) "Energy and Technology for the Americas: Education, Innovation, Technology and Practice"* (pp. 1-7). San Cristóbal, Venezuela. <http://laccei.org/LACCEI2009-Venezuela/Papers/p221.pdf>

Alcaldía Municipal de Sampués. (2016). *Plan de desarrollo municipal 2016-2019*. <https://sampuessucre.micolombiadigital.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-20162019>

- Aragón Sánchez, A. y Rubio Bañón, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PyMES del estado de Veracruz. *Contaduría y Administración*, (216), 35-69. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2005.568>
- Artesanías de Colombia. (2000). *Habilitación, uso y manejo sostenible de materias primas vegetales y de ecosistemas relacionados con la producción artesanal en Colombia*. <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/400/8/INST-D%202000.%2065.pdf>
- Baquero Tobías, A. P. y Gonzalez Vergara, M. E. (2017). *Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas* (Tesis de Maestría). Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena.
- Bouchart, D. (2004). *Índice UNESCO: artesanía - turismo*. París: UNESCO.
- Correa Miranda, O., Correa Pérez, G., y Carmona Mares, R. (2006). *Los tipos de espacios de la economía artesanal-turística en México*. México. Observatorio Geográfico de América Latina. <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/10.pdf>
- Daily, C. M. & Dalton, D. (1992, April). Financial performance of founder-managed versus professionally managed small corporations. *Journal of Small Business Management*, 30(2), 25-34.
- Domínguez Hernández, M. L., Hernández Girón, J. de la P., y Toledo López, A. (2004, enero-junio). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados: el caso de la artesanía en México. *Cuadernos de Administración*, 17(27), 127-158.
- Gadonne, D. (1998). Critical success factors for small business: an inter-industry comparison. *International Small Business Journal*, 17(1), 36-56. doi.org/10.1177/0266242698171002
- Hernández Girón, J. de la P., Domínguez Hernández, M. L., y Caballero Caballero, M. (2007a). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. *Gestión y Política Pública*, 16(2), 353-379.
- Hernández Girón, J. de la P., Yescas León, M., y Domínguez Hernández, M. L. (2007b). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23(104), 77-99. [10.1016/s0123-5923\(07\)70018-9](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(07)70018-9)
- Hernández Ramirez, V., Pineda Domínguez, D., y Andrade Vallejo, M. A. (2011, julio-diciembre). Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Universidad & Empresa*, 13(21), 65-92.
- Hernández, Sampieri, R., Fernández, Collado, C., & Baptista, Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana.
- Huerta Riveros, P., Almodóvar Martínez, P., y Navas López, J. E. (2004). La diversificación desde la teoría de Recursos y Capacidades. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, (14), 87-104.
- Kim, K. S., Knotts, T. L. & Jones, S. C. (2008, January). Characterizing viability of small manufacturing enterprises (SME) in the market. *Expert Systems with Applications*, 34(1), 128-134. [doi:10.1016/j.eswa.2006.08.009](https://doi.org/10.1016/j.eswa.2006.08.009)

Loor Garzón, M.A. y Vaca Tulcán, V.A. (2018). *Los factores de éxito en los negocios de artesanía en San Antonio de Ibarra* (Trabajo de Grado). Universidad de las Fuerzas Armadas. Sangolqui, Ecuador.

Márquez Ramírez, L. X. y Serrano Rodríguez, D. (2017). *Diagnóstico del sector artesanal en Colombia: Resultados del levantamiento de información realizado por Artesanías de Colombia entre 2014-2016*. Artesanías de Colombia. repositorio.artesantiasdecolombia.com.co: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4102/1/INST-D%202017.%2041.pdf>

Meléndez, E. (22 de abril de 2019). *Sector artesanal en Sampués* (E. Ruiz, Entrevistador).

Procolombia. (2016). *Fortalecimiento del sector artesanal colombiano*. <https://compradores.procolombia.co/es/explore-oportunidades/sector-artesanal>

Serrano Amado, A. M., Castro Rodríguez, C., y Amado Cely, N. P. (2019). Diagnóstico estratégico de las MiPyMEs artesanales en Colombia. *Espacios*, 40(11), 8-19.

Vásquez Castro, O. (2002, octubre-diciembre). La idónea implementación estratégica es condición necesaria para aspirar al éxito de la empresa. *Estudios Gerenciales*, (85), 41-66.

