

negocio **Alfarero**
Minero
COMPETITIVIDAD

Módulo
**Competitividad en el Sector
Minero - Alfarero en Boyacá**

Autora:
Andrea Carolina Jiménez Medina

ISBN: 978-958-5471-96-2



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
T U N J A



Módulo

Competitividad en el Sector Minero - Alfarero en Boyacá

AUTORA

Andrea Carolina Jiménez Medina

ISBN: 978-958-5471-96-2



Competitividad en el Sector Minero - Alfarero en Boyacá.

ISBN: 978-958-5471-96-2

Autora: Andrea Carolina Jiménez Medina - 23 páginas.

El producto cumple con el proceso de evaluación a doble ciego.

Comité editorial

Fr. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.
Rector

Fr. Omar Orlando SANCHEZ SUÁREZ, O.P.
Vicerrector Académico

Fr. Héctor Mauricio VARGAS RODRÍGUEZ, O.P.
Vicerrector administrativo y Financiero

María Ximena ARIZA GARCÍA
Directora Ediciones Usta Tunja

Sandra Consuelo DÍAZ BELLO
Directora de Investigación e Innovación

Juan Carlos CANOLES VÁSQUEZ
Director Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación

Primera edición, 2021

ISBN:978-958-5471-96-2

Diseño: Búhos Editores Ltda.

Todos los derechos reservados conforme a la ley. Se permite la reproducción citando fuente.

El pensamiento que se expresa en esta obra, es exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete la ideología de la Universidad Santo Tomás.

Ediciones Usta
Universidad Santo Tomás
2021

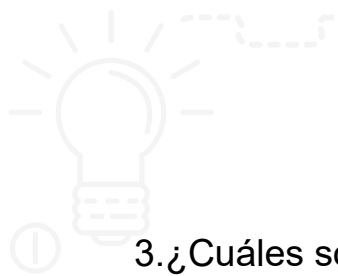


Departamento Ediciones Usta Tunja
Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier proceso reprográfico o fónico, especialmente por fotocopia, microfilme, offset o mimeógrafo.
Ley 23 de 1982.

Contenido

FICHA TÉCNICA.....	5
Nombre del módulo.....	5
Programa.....	5
Modalidad.....	5
Mensaje de presentación.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
OBJETIVOS.....	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8
DESARROLLO.....	9
1. Conceptualización.....	9
2. Caracterización Socioeconómica.....	11
Ubicación.....	11
Familia.....	12
Educación.....	12
Economía.....	13
Cultura.....	13



3.¿Cuáles son los principales productos que comercializan?.....	14
4.Como Comercializan Sus Productos.....	15
5.Artesanías En Arcilla.....	15
6.Problemática de la Minería.....	16
7.¿Qué piden los mineros?.....	17
8. Oportunidades de mejora en temas de Mercadeo.....	17
Determinar lo que vendo.....	17
Saber a quién me dirijo.....	18
Cuál es el valor añadido de mi producto.....	18
Puede mi mercado estar en Internet.....	18
9.Marketing Básico.....	19
10. Plan Regional de Competitividad Boyacá 2008 – 2032.....	19
BIOGRAFIA AUTORA.....	22
BIBLIOGRAFÍA.....	23

FICHA TÉCNICA



Nombre del módulo

Competitividad en el Sector Minero - Alfarero en Boyacá

Programa

Facultad de Negocios Internacionales – Proyección Social

Modalidad

La modalidad definida para este módulo es virtual, el objetivo es desarrollarlo a través de la plataforma, manteniendo una constante comunicación entre docentes y estudiantes.





MENSAJE DE PRESENTACIÓN

Damos la bienvenida a todos aquellos que están interesados en conocer los mercados emergentes, pero que aún cuentan con limitaciones en sus procesos productivos y comerciales, teniendo presente que se plantean como un reto para generar progreso, resurgimiento y expresión de las capacidades laborales, culturales y de legado de la tradición de una población específica.

Este módulo se desarrolla con el fin de identificar, dar a conocer y generar acciones de mejora de los factores que repercuten en la actividad de los mineros alfareros del Departamento de Boyacá, así como también presentar los programas y propuestas del gobierno departamental en materia del sector minero y artesanal y finalmente definir los factores de competitividad que influyen en su labor a nivel nacional e internacional.

El proyecto brinda a los estudiantes una perspectiva real de lo que está sucediendo en el mercado del sector minero alfarero (uno de los más reconocidos que hace parte del departamento, pero de los menos valorados localmente) y una visión de cómo enfrentar al mercado desde un sector que ha sido explotado, pero no reconocido en su esencia, así como la generación de contenidos y factores de competitividad que puedan ayudarlos a llegar a otros mercados a nivel nacional e internacional.

MENSAJE DE PRESENTACIÓN

Este módulo manejará una perspectiva general desde el área de mercadeo estratégicamente enfocado en el sector minero alfarero.



Imagen 1. El Alfarero hace un florero de la arcilla en una rueda de la cerámica. Recuperado de: <https://es.dreamstime.com/el-alfarero-hace-un-florero-de-la-arcilla-en-una-rueda-cer%C3%A1mica-image114817019>

INTRODUCCIÓN

¿Tienen los mineros- alfareros elementos competitivos que les permitan tener presencia, imagen y oportunidades de desarrollo en mercados locales, nacionales e internacionales?

Este planteamiento lleva al desarrollo del presente modulo, dando en su contenido un paneo de lo general a lo particular, partiendo de conceptos base que ayudaran a la contextualización, seguidos por el reconocimiento del “modus vivendi” de esta población, sus problemas, la situación en la que se encuentran actualmente, que oportunidades de mejora se proponen desde la perspectiva académica del Mercadeo y finalmente las estrategias que se vienen desarrollando desde la parte gubernamental para fortalecer este sector.

Es estudiante está en la capacidad de conocer y reconocer los principales aspectos que atañen a este grupo poblacional, que aun depende de la tierra para generar empleo, hacer productos y dar el sustento a sus familias. Teniendo finalmente como objetivo la generación de estrategias palpables que le brindaran competitividad a los alfareros, en sus regiones, en el departamento, en el país y fuera de él.

OBJETIVOS

Objetivo General

El estudiante que consulte y trabaje este módulo, estará en capacidad de Identificar los factores de competitividad que contribuyen al fortalecimiento empresarial de sectores de la economía que tienen necesidad de fortalecimiento y consultoría para su progreso a nivel nacional e internacional, caso sector minero – alfarero en el departamento de Boyacá.

Objetivos Específicos

Determinar la situación actual de los alfareros en el departamento de Boyacá.

Identificar las principales problemáticas a las que se ven enfrentados los alfareros.

Reconocer la importancia de los alfareros en la economía Boyacense

Determinar las falencias del sector en cuanto a temas relacionados con el mercadeo de sus productos y marcas.

Definir procesos y estrategias para optimizar los procesos productivos del sector minero alfarero del departamento de Boyacá.

Identificar estrategias de competitividad nacional e internacional vigentes que contribuyen al progreso de este sector



DESARROLLO

“Cuando compras algo hecho a mano estas comprando mucho más que un objeto, estas comprando horas de experimentos y fracasos, estas comprando días, semanas meses de trabajo...” Anónimo

En el siguiente modulo se tiene la oportunidad de conocer y reconocer un segmento de la población que debido a su labor ha sido reconocido nacional e internacionalmente como referente de conservación de artes ancestrales; pero, aun así, su auge económico es escaso, solo una minoría tienen participación reconocida en el mercado.

El estudiante desde la academia está en la capacidad de reconocer debilidades y fortalezas que se hagan evidentes en el sector, siendo así, se propone que este módulo se trabaje con un sentido crítico, pero que al mismo tiempo se apoderen del tema, como si este fuera su proyecto personal, los Boyacenses tienen la oportunidad de incursionar en mercados que aunque están vigentes no tienen la fuerza esperada, sea esta una oportunidad para generar ideas palpables de como contribuir al crecimiento económico, cultural, y social del Departamento.

Es así como a continuación se darán a conocer las principales características de este sector productivo y comercial de la región, así como los planes estratégicos por parte de entidades gubernamentales, para finalmente realizar una propuesta de una serie de estrategias de competitividad que podrían adaptarse a sus necesidades y requerimientos, y que a su vez podrían ser aplicadas en el ámbito internacional.

*“Los estudiantes son la arcilla a moldear, los docentes son sus alfareros”
Creación Propia*

1. Conceptualización

Para el reconocimiento de este módulo es necesario iniciar con una serie de conceptos específicos que contribuyen a la contextualización del tema

Minería

(General M, s.f.) Se define como una actividad perteneciente al sector primario de la economía que se destaca por la explotación y/o extracción de minerales que se han acumulado en el suelo y se encuentran en los denominados yacimientos.

Estos materiales son utilizados para la elaboración de gran variedad de productos industriales.

Cabe resaltar que la actividad minera ha sido considerada como un indicador de apertura y desarrollo económico de un país.

Arcilla

Elemento producto de la descomposición de determinado grupo de rocas ígneas, que se generan en terrenos estratificados de capas muy irregulares.

Alfarero

(Definición.De, 2018) El termino alfarero viene del árabe al-fahhar, que traducido significa “la cerámica”. Siendo así el alfarero es aquella persona que se dedica a la elaboración de vasijas y otros objetos en barro cocido. Pero hoy en día no solo se dedica a la elaboración de vasijas, sino de herramientas y productos industriales de uso doméstico, así como también decorativos.

De igual modo es importante destacar que los alfareros son mineros, porque utilizan como materia prima un producto propio del suelo, se obtiene por medio de la extracción, de igual modo son denominados artesanos, porque crean con sus manos obras maestras y utensilios, sobre todo manteniendo el legado de una tradición.

Artesano

Se origina del italiano “artigiano”, que significa el ejercer un arte mecánico, que a su vez proviene del latín artis que significa arte.

(Significado, 2018) Se define como aquella persona que trabaja con sus manos o con algún tipo de herramienta de uso manual, sea para elaboración general o

para la definición de detalles del producto. Los productos elaborados se dividen generalmente en dos: objetos decorativos, y elementos de uso diario y/o industrial.

Competitividad

(Economipedia, haciendo fácil la economía, 2018) La competitividad se define como la capacidad que tiene una persona u organización para desarrollar estrategias y ventajas en su rendimiento que le brinden competitividad respecto a sus competidores directos e indirectos, dando paso a que obtengan una posición destacada en su entorno.

Mercadeo

(Revista PYM, 2018) A continuación, se presentan cuatro definiciones de los autores más destacados de todos los tiempos.

Philip Kotler – Lo define como un proceso administrativo y social, mediante el cual ciertos grupos o individuos realizan intercambios de productos y servicios obteniendo un beneficio.

Jerome McCarthy – precisa el concepto como el conjunto de actividades que permiten que una organización logre las metas propuestas, teniendo estrategias previas a los deseos de los consumidores y el desarrollo de productos o servicios para el mercadeo.

A.M.A. American Marketing Asociation – especifica que es una forma de organizar de acciones y procesos en el momento de crear un producto, comunicar, entregar valor a los clientes y manejar relaciones entre las partes.



Al Ries y Jack Trout – dicen que el marketing es sinónimo de “guerra”, donde cada uno de los competidores está en la obligación de analizar cada “participante” del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazando un plan para explotarlas y defenderse.

2. Caracterización Socioeconómica

Para poder conocer la realidad de los alfareros del departamento de Boyacá es necesario conocer aspectos relevantes que influyen tanto externa como internamente en su comportamiento productivo y comercial, así como en el mercado en el que se desenvuelven.

A continuación, se presentan los principales aspectos que permiten caracterizar a los alfareros de la región:

Ubicación

Como datos generales obtenidos de Artesanías de Colombia se tiene lo siguiente: se estima que alrededor de 260.000 personas están vinculadas al sector artesanal, ubicándolas así, Nariño que concentra el 14.3% de la población, Sucre el 10.06%, Córdoba 9.34%, Boyacá 8.43%, Cesar 6.95%, Atlántico 6.52% y Tolima 5.15%. Cabe resaltar la participación de la mujer en la producción artesanal.

Los alfareros se encuentran en todo el departamento de Boyacá, teniendo presente que su ubicación depende de la

actividad específica que desarrollan, y de donde extraigan la materia prima que utilizan. Se destacan los siguientes municipios así:

Por un lado, se encuentra Sogamoso, donde en 2001 adquirieron un terreno de diez hectáreas en el cual estaban construyendo la Villa Alfarera, un centro dotado con tecnologías limpias en el cual tienen la posibilidad de seguir trabajando en la elaboración de ladrillos y otros elementos producto de la arcilla, todos aquellos que tuvieron que cerrar sus hornos por problemas de contaminación ambiental. Se planeaba también la construcción de dos hornos de llama invertida, tipo colmena, con capacidad para producir alrededor de 40 mil ladrillos, de igual modo en su momento ya contaba con un horno a gas, una banda transportadora y un molino para moler la arcilla, optimizando el proceso productivo.

Por otro lado, se encuentra Ráquira, municipio perteneciente al Alto Ricaurte Boyacense, donde se concentra la población alfarera más reconocida a nivel nacional e internacional, pero no como alfareros, sino como artesanos que trabajan con arcilla. En este Municipio aún se maneja mucho el trabajo manual, el cual es muy valorado por turistas tanto nacionales, como internacionales. El municipio en trabajo conjunto con la Asoalfa (Asociación de Alfareros de la Localidad), implementan continuamente procesos de producción que disminuyan las emisiones atmosféricas.

Familia

Sus familias son numerosas, dada la tradición y el nivel educativo que tienen. Usualmente están conformadas por padre, madre y varios hijos, teniendo presente que todos se dedican a esta labor, pues culturalmente se ha transmitido de generación en generación, donde cada uno ha puesto su valor diferencial, transformándola en diferentes productos de acuerdo con la transformación social y cultural, y a las necesidades y los deseos de los clientes.

Es importante destacar que las nuevas generaciones, hijos y nietos, ya no solo se dedican a preservar la labor alfarera, tanto en el caso de la elaboración de utensilios, ladrillos y materiales, como en la elaboración de elementos decorativos y culturales, sino que también acuden a los establecimientos educativos, habiendo entendido la importancia de la formación académica como complemento de la formación familiar, teniendo presente que pueden con esta continuar y fortalecer la labor de sus padres o pueden tomar otras opciones de vida.

Educación

Como datos adicionales de educación de los artesanos a nivel Colombia contamos con un analfabetismo del 17%, la mitad de la población artesanal no ha superado el nivel primario de la educación, solo ha logrado el 18%, y en términos de la educación secundaria solo el 8% finaliza este nivel de educación.

Los alfareros adultos y de antaño, son seres formados a partir de la experiencia y del conocimiento heredado de sus padres. Su conocimiento en un 95% es empírico, aprendido a partir de sus vivencias y transmisión generacional. Solo una mínima parte de quienes se dedican a estas labores manuales son instruidos por la academia, puesto que hasta hace poco se han creado cursos y talleres que permiten su aprendizaje.

El nivel educativo de los mineros alfareros y/o artesanos (dependiendo su especialidad) es básico, en su mayoría tienen conocimiento de escritura elemental, sabiendo en muchos casos solo firmar o “poner su nombre” como lo llaman coloquialmente, y los números para el caso de registro de teléfonos o escribir sus números de identificación y contactos.

Hoy en día, como se planteaba previamente los hijos de estos labreros son personas que tienen la oportunidad de acceder a servicios educativos, los padres tienen la opción de enviarlos a escuelas y colegios donde aprendan más que lo que ellos tuvieron la posibilidad.

Este aspecto juega en dos vías, a favor y en contra. A favor, teniendo presente que pueden aportar mejores ideas y mayores oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de las empresas y negocios de sus padres; en contra, pues muchos de ellos dejan estas labores manuales, para dedicarse completamente a la labor educativa y a otros oficios que consideran pueden ser de mayor rentabilidad que el que desempeñan sus padres.



Imagen 2: Feria de Naturaleza. Recuperado de: <https://narcenatur.com/actividades-infantiles>

Economía

(Anta Felez, 1995) El trabajo del alfarero normalmente ha sido duro y mal pagado, pues por piezas de las más sencillas como una vasija, que toman como mínimo 5 horas de elaboración, se recibe como retribución muy poco dinero, es por esta razón que muchos de ellos también han optado por mejorar sus procesos productivos y tecnificarlos, dejando atrás parte de su labor manual.

El alfarero a través de la elaboración de formas y piezas produce por un lado lo que su grupo objetivo necesita, en términos de utilidad y uso, dándole mayor importancia a su funcionalidad; y por otro, elementos con gran valor simbólico que mantiene y da valor a su cultura.

Esta población desde sus inicios se ha encontrado en un permanente proceso de reciprocidad, teniendo como fundamento el intercambio de bienes y servicios, con un objetivo específico; hoy denominado oferta y demanda, donde los bienes de intercambio son productos por dinero.

Son personas que viven de su trabajo, muchos de ellos viven con el día a día, otros no solo hacen y comercializan sus productos, sino que también se dedican a la labor del campo, al agro, tienen ganado o cultivos, lo cual complementa su trabajo y les permite subsistir en un mundo tan competitivo.

Cultura

Es importante destacar que el ser humano es una “unidad sistemática biológica-ecológica-cultural”, donde confluye todo lo que es, lo que siente, lo que necesita y en el medio en que se desenvuelve.

En su contexto cultural, el alfarero plasma en su obra y labor su conocimiento y/o interpretación del mundo, dando paso a la relación entre persona y contexto en un medio vital de conocimiento nato y adquirido.

Es importante destacar que el medio en el que han nacido y vivido toda su vida los alfareros es el que ha influido notoriamente en el desarrollo de su labor y las técnicas y modelos que emplean.

Un ejemplo claro es la historia de vida de la señora Rosa Jerez “Las Otilias”, quien, al dar su testimonio, comenta como desde pequeña su mamá siempre trabajo en barro y arcilla, haciendo contenedores y vasijas, y las vendía. Doña Rosa, se interesó también en esta labor alfarera, pero su influencia cultural fue diferente, pues, así como su mamá le mostraba como era la labor con la arcilla, también le inculco fuertes creencias religiosas, que la llevaron a una adoración pura por la Virgen, llegando al punto que al ver sus imágenes en las procesiones y en la iglesia, ella pensaba que eran reales, que le

hablaban con la mirada, llegando a una interacción muy fuerte. Cuando finalmente se percató que era solo una imagen que representaba a esta mujer pura y santa, doña Rosa, decidió iniciar su obra empíricamente elaborando su figura, que hoy en día es reconocida a nivel mundial. Pero todo este reconocimiento no ha sacado a doña Rosa de su medio como mujer campesina y alfarera artesana.



Imagen 3: Los regalos del Papa Francisco Primero. Recuperado de: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/los-regalos-para-el-papa-francisco-i_4190

*Oficio noble y bizarro
entre todos el primero
pues que de la industria del barro
Dios fue el primer alfarero
y el hombre el primer cacharro.*

***Copla del Taller de José Martínez, en
Villafeliche (Zaragoza)***

3. ¿Cuáles son los principales productos que comercializan?

Como se ha expresado previamente los alfareros del departamento de Boyacá tienen dos especialidades: material industrial y artesanías. Es así como dentro de los productos elaborados y de mayor comercialización son:

Tabla 1 Productos elaborados en Alfarería y precios a Público

PRODUCTO	DESDE	HASTA
Ladrillos	\$400	\$1.500
Macetas	\$1.800	Dependiendo del Tamaño
Alcancías	\$7.000	Dependiendo del Tamaño
Marrano		
Cazuelas	\$10.000	Dependiendo del Tamaño
Ollas	\$30.000	Dependiendo del Tamaño
Pebeteros	\$7.000	Dependiendo del Tamaño
Móviles	\$25.000	Dependiendo del Tamaño
Vasijas	\$25.000	Dependiendo del Tamaño
Faroles	\$25.000	Dependiendo del Tamaño
Figuras	\$7.000	Dependiendo del Tamaño

Fuente: Creación Propia

4. Como Comercializan Sus Productos

Ladrillos

Para poder comercializar los ladrillos, es necesario conocer primero como es el proceso de elaboración, el cual se ha definido en las siguientes fases:

- ❖ Fase de Homogenización: se unen los materiales, se humectan, se tritura en un molino y se aplana el material con rodillos.
- ❖ Fase de limpieza: se eliminan raíces, piedras y hojas, con una maquina con rejillas que atrapa todo el material sobrante.
- ❖ Extrusión: se pasa el material por una maquina tipo embudo, que va expulsando el material dependiendo el tipo de ladrillo que se quiera elaborar.
- ❖ Fase de secado: utilizando aire caliente, iniciando con una temperatura baja, hasta llegar a los 70° u 80°C, tiene una duración entre 24 y 48 horas, dependiendo el tipo de ladrillo
- ❖ Fase de horneado: final del proceso.

Es importante tener presente cómo se encuentra el estado económico de la industria ladrillera, teniendo presente que Colombia exporta alrededor de US\$214 millones en materiales de construcción, de los cuales el 30%, corresponde a productos elaborados a partir de la arcilla.

Por otro lado, en el país se producen un aproximado de 376 mil toneladas mensuales de ladrillos, llegando a los 4.5 millones al año.

A continuación, se presenta un cuadro donde se registran los porcentajes de participación de los principales departamentos de Colombia que producen ladrillos, dentro de los que se destacan Cundinamarca y Norte de Santander.

Tabla 2 Participación en la producción de ladrillo departamentos de Colombia

DEPARTAMENTO	%	TON/MES	MILLONES MENSUALES
Bogotá (1)	49	184.704	15.500
Norte de Santander (2)	14,3	53.903	4.514
Antioquia (4)	9,5	35.809	3.014
Valle (5)	7,8	29.401	2.458
Eje Cafetero (6)	7,1	26.763	2.233
Otros (3)	12,3	46.364	3.924

Fuente: (Calderon Arteaga)

Viendo los resultados presentados en la tabla anterior, es claro que la producción ladrillera del departamento Boyacense es baja respecto a otros con amplia participación en el mercado, lo cual significa que es necesario fortalecer el proceso productivo y generar estrategias de comercialización y valor agregado para los productos netamente Boyacenses.

5. Artesanías En Arcilla

(Artesanias de Colombia & Diagnóstico de Calidad Oficio Artesanal, 2008) Dentro del sector artesanal, los países que más demandan las artesanías colombianas son Estados Unidos, México, Venezuela, Chile, Bélgica y Canadá, siendo el destino de un aproximado 65% de las exportaciones.

El proceso productivo de la alfarería se inicia con la extracción de la materia prima de las minas correspondientes, esta extracción se realiza con herramientas manuales como palas, picas y azadones. Luego el material es mezclado, dependiendo de su composición en sitios estratégicamente ubicados al aire libre, dejándolos secar al sol, resguardándolos del exceso de luz y agua, eliminando así todos los residuos que puedan contaminar la producción. El material resultante se tritura para homogenizarlo y luego verterlo en tanques de humectación. Luego de agregar agua al tanque es necesario dejar añejar el material, según los requerimientos, pudiendo ser por días, y hasta semanas.

Para el proceso de elaboración de las piezas artesanales, se llevan a cabo los siguientes pasos, se inicia con la preparación del material, desprendiendo una parte del bloque completo para hacer rollos, partiendo de los cuales elaboran las figuras, que se dejan secar y endurecer; luego se procede a pulir las superficies exteriores e interiores; para el caso de las materas, ollas y pailas se emplea una piedra en la parte interior que les da la forma globular.

Culminadas las piezas, se dejan secar al aire libre, cubriéndolas de la lluvia, el sol y el viento excesivo, y finalmente se llevan para culminar el proceso a los hornos de carbón o leña.

El proceso de comercialización de las artesanías en su mayoría se hace de forma

directa, en sus propios talleres, allá llegan tanto compradores finales (que utilizan los productos), como aquellos que compran al por mayor – distribuidores o intermediarios - (se llevan en camiones). Inicialmente la comercialización la hacían de forma independiente, es decir cada uno en su taller realizaba la comercialización, donde los pagos se realizaban previo acuerdo establecido. Con el paso del tiempo se han generado una serie de asociaciones que contribuyen al proceso de comercialización, para el caso de Ráquira crearon ASOAGUABUENA, donde se llegó al acuerdo de recoger la mercancía en todas las veredas y llevarla a un punto estratégico (bodega compartida) para su exhibición, logrando la estabilización de los precios del sector.

Igualmente es importante aclarar que mucho de los artesanos aun comercializan en sus talleres, y algunos de ellos han establecido sus locales comerciales, donde tienen expuestos sus productos.

“Elige un trabajo que te guste, y no tendrás que trabajar ni un día de tu vida”
Confucio

6. Problemática de la Minería

Dentro del sector Minero – Alfarero, se identifican una serie de problemáticas, que no solo conciernen a los alfareros, sino también es a nivel social y gubernamental. Dentro de los inconvenientes encontrados se encuentran:

- 1) Carencia de información dentro del sector minero, en temas de procesos, legislación clara, y procesos de comercialización.



2) La extracción y explotación minera no cuenta en muchos casos con técnicas ambientales sanas, y para lograrlo requieren largos procesos, e inversiones de capital elevadas.

3) Para que los mineros informales tengan cabida dentro del mercado requieren de títulos de tierra y otros procesos legales, que desconocen y/o no cuentan con la asesoría correcta para llevarlos a cabo.

4) Capacidad instalada insuficiente para cumplir con producción amigable con el medio ambiente, lo cual los hace menos competitivos en el mercado.

5) Las ganancias producto de la elaboración y venta de los elementos generados, usualmente no queda dentro de los municipios donde se extrae el material y se produce, sino queda para foráneos que han llegado a aprovechar el beneficio que genera este negocio.

6) Dentro de las comunidades mineras existe un latente miedo al cambio, pues los procesos se han llevado del mismo modo durante décadas, lo cual les ha dado resultado, es por esta razón que cualquier tipo de cambio podría generar una variación en lo que conocen y les funciona.

7) Las comunidades de los municipios y ciudades, por desconocimiento no se han involucrado en el proceso, sino solamente recurren a la crítica y a lo destructivo que puede llegar a ser. Es necesaria una concientización del valor e importancia de esta labor, para que se dé una contribución general al cambio y a la aceptación social.

8) Detrás de la minería legal, llega la minería ilegal. Es igual en todos los procesos productivos y comerciales, siempre hay productores y empresarios que trabajan amparados bajo la ley que rige, mientras que otros encuentran oportunidad de saltarse esas reglamentaciones, obteniendo beneficios económicos a un menor precio y con mayores ventajas, contribuyendo al agotamiento del sector y decaimiento general.

7. ¿Qué piden los mineros?

Dentro de las peticiones detectadas en el sector se encuentran:

a.El respeto por los derechos con que cuentan los mineros informales, y la posibilidad de formalizar y controlar legalmente su actividad, como acceso a un trabajo digno.

b.Reconocer la labor de los trabajadores informales (sector alfarero), y las problemáticas que vienen detrás de ellos.

c.Buscan tener un acompañamiento en el mejoramiento del impacto ambiental que generan sus prácticas.

d.Recibir por parte del gobierno leyes que respalden y evalúen los procesos de explotación y producción.

8. Oportunidades de mejora en temas de Mercadeo

Desde la academia se proponen las siguientes estrategias de Mercadeo para el crecimiento y fortalecimiento del sector alfarero del Departamento de Boyacá.

Determinar lo que vendo

El alfarero tiene claro cuál es el producto base de su negocio, ellos teniendo presente cuál es su fuente de ingreso y sus procesos de producción conocen bien su producto principal. Lo importante para ellos es tener claro el valor agregado que tiene su producto, de tal modo que lo diferencie de la competencia. Por ejemplo, en el caso de los artesanos, su negocio no se caracteriza por el modelo o el tamaño o el precio, sino la cultura y el conocimiento que en ellos se plasma, el cliente compra estos artículos por su significado y utilidad, más que por el precio que tienen.

Para el caso de los ladrillos, el cliente se enfoca en la utilidad, funcionalidad y resistencia que tengan para el uso final que se les dará.

Saber a quién me dirijo

Una vez tengan establecido el conocimiento de su producto, el segundo aspecto más importante es saber quién va a ser su cliente, el cliente no es del empresario o productor, el cliente es del producto o servicio como tal. El grupo objetivo se puede dividir entre quienes lo adquieren y quienes finalmente lo usan. En los dos casos se tienen clientes que adquieren los productos por utilidad, otros por deseo, por necesidad y por gustos adquiridos.

Este es el enfoque principal que deben tener los alfareros, saber quién es su cliente final para así poder definir qué productos generar y las estrategias de comercialización que se van a utilizar.

Cuál es el valor añadido de mi producto

Como se había mencionado previamente el valor añadido es lo que hace competitivo al producto y al alfarero. Ese valor es la característica o servicio adicional que lo diferencia de la competencia. Cada uno de los productores puede tener dentro de su negocio un aspecto que lo diferencie y le de preferencia entre los clientes. Dentro de estas características se pueden encontrar: diseño único, mejor precio, calidad, reconocimiento entre el sector, factores de producción amigables, tamaño, versatilidad y utilidad entre otros.

Puede mi mercado estar en Internet

Para los alfareros, las herramientas virtuales pueden ser en su mayoría desconocidas, pues siempre se han movido en un mercado tradicional. En el mundo tecnológico en el que se encuentra el mercado actualmente es necesaria la presencia en la Red, una estrategia funcional que sería de gran utilidad para este sector de la economía es el uso de redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram, teniendo presente que dentro de ella se puede segmentar el mercado, y mostrar los productos y su utilidad; pudiendo así promocionar sus productos, valores competitivos y la utilidad a sus clientes, donde al mismo tiempo tienen la posibilidad de optimizar sus costos de comunicación.

9. Marketing Básico

Finalmente, está el concepto de Marketing básico, el más empleado dentro del sector, y donde como estrategia principal tienen el “Voz a Voz”, entendiéndose como el proceso mediante el cual se comunican las principales características de sus productos y servicios por medio de la satisfacción de todos aquellos que han tenido la oportunidad de adquirirlos, logrando así una percepción positiva de sus productos, generando recompra y conocimiento por parte de nuevos clientes.

Otras estrategias de mercadeo básicas como publicidad en medios, es de mayor utilidad, pero sobre todo para el sector de los ladrillos, donde los constructores buscan en medios digitales e impresos, empresas y productores donde adquirir sus materias primas.

Ya para el caso artesanal, es necesario continuar con la tradición del “Voz a Voz”, sabiendo que se mantiene dentro de una adquisición por tradición y recomendación, más que por necesidad, estos productos se compran por deseo y gusto.

10. Plan Regional de Competitividad Boyacá 2008 – 2032

En el marco del Plan Regional de Competitividad, se encuentra inmersa una propuesta de Visión Boyacá al año 2032, donde se busca la transformación Productiva de los sectores Estratégicos de Boyacá, dentro de los que se encuentran: Agroindustria, Turismo, Minería, Metalmecánica, Artesanía, y Forestal.

El objetivo principal de este proceso de transformación es generar un entorno amable para la generación de negocios, empleando estrategias clave como la atracción de inversiones y el desarrollo del sector exportador, manteniendo un enfoque estratégico en términos de Minería Responsable y Competitiva, de igual modo, se busca el desarrollo de los distritos mineros de Boyacá, basados en los resultados de un estudio socioeconómico del desarrollo de este sector en el departamento, reconociendo sus necesidades, deseos y carencias latentes, que afectan no solo a los productores y empresarios, sino a sus familias y todos aquellos que dependen de una u otra forma de este tipo de actividad.

Alternando a este proceso de desarrollo de negocios a nivel departamental, se presentan unos planes de acción específicos que tienen injerencia en el proceso, y que pueden contribuir positivamente en el fortalecimiento de los diferentes sectores:

- ❖ **Emprenderismo:** fomentando el crecimiento de nuevos empresarios y aprovechando las ideas innovadoras, sobre todo de los jóvenes que quieren el progreso de los diferentes sectores, y el resurgimiento del departamento.

- ❖ **Capital Humano y Social:** formación de las personas de todas las edades, no solo a nivel académico, legal y como seres de sociedad, sino como personas, pues este es un tema olvidado en muchos de los centros de formación y en la comunidad en general.

❖ **Ciencia y Tecnología:** el mundo hoy en día exige el conocimiento y manejo de la tecnología para el resurgimiento de los mercados. De igual modo es importante que las comunidades se valgan de la ciencia como estrategia clave de conocimiento y aporte al manejo de los negocios.

❖ **Marco Regulatorio:** es importante para los diferentes sectores y la comunidad en general conocer plenamente como se maneja la ley, y toda la reglamentación de la que viene acompañada la cual se convierte en derechos y deberes de la sociedad.

❖ **Profundización Financiera:** formación en manejo de capital, no es solo el proceso de pagos y transacciones, sino los beneficios, y la capacitación suficiente donde encuentren la mejor forma de optimizar los recursos con los que cuentan, así como también las ayudas financieras a las que pueden acceder.

❖ **Infraestructura:** es indispensable contar con apoyo del sector público para que la sociedad, empresarios y productores puedan contar con la infraestructura necesaria para lograr un buen desarrollo general.

❖ **Desarrollo Sostenible:** es importante dentro del desarrollo del plan de competitividad contar con técnicas amigables con el medio ambiente, en busca de preservar la naturaleza y propender por un mejor modo de vida para futuras generaciones.

❖ **Responsabilidad Social Empresarial:** promover la labor responsable desde las empresas, acogidos a la ley, y que a su vez contribuyan con el crecimiento de la sociedad, sobre todo de los grupos oprimidos y con mayores necesidades.

Por otro lado, es importante tener presente que dentro del sector minero y en específico el sector alfarero se encuentran los artesanos, estas dos labores (alfarero y artesano) de conjugan en un solo principio y es el empleo de productos naturales pertenecientes a la minería, para la elaboración de productos de diversos usos, manteniendo el legado de una tradición.

(Concejo de Gobierno, Gobernación de Boyacá, Cámara de Comercio, & Consejo privado de Competitividad, 2008) Es así como surge la “Artesanía para la Inclusión”, programa que surge como resultado de la búsqueda de diseño e implementación de artesanías de Boyacá, la cual para el 2032, pretende que el departamento sea el más competitivo en temas de producción y comercialización artesanal de Colombia fundamentado en el fortalecimiento de la fusión entre la tradición y la innovación de las colecciones artesanales de la región, presentando los siguientes propósitos estratégicos:

- Implementación y desarrollo de un plan estratégico de diseño
- Desarrollo sostenible de las cadenas productivas.



- Calidad y sentido social
- Desarrollo de la submarca de artesanías de Boyacá
- Mejoramiento de la comercialización
- Elaboración de instrumentos de comercialización conjunta
- Desarrollo de empresa
- Integración de políticas de desarrollo social a políticas de fomento del sector
- Investigación y desarrollo

Viendo lo anterior se recomienda dentro del marco de competitividad realizar la articulación de los tres sectores turismo, agroindustria y minería, fundamentados y fortalecidos con formación en competitividad, emprendimiento, ciencia, tecnología y competencias laborales.

(Concejo de Gobierno, Gobernación de Boyacá, Cámara de Comercio, & Consejo privado de Competitividad, 2008) El Plan Regional de Competitividad de Boyacá, tiene dentro de sí una matriz estratégica que debe cumplir con el desarrollo y transformación productiva de sectores estratégicos para Boyacá, logrando que el departamento se convierta en una región dinámica integrada al desarrollo competitivo nacional y con el potencial endógeno transformado y con alto valor agregado en los mercados nacionales e internacionales.

Dentro de los temas cruciales del Plan de Competitividad se destaca la Minería Responsable y Competitiva, donde se busca que para el 2032 Boyacá ocupe el primer lugar a nivel nacional en producción, aprovechamiento y comercialización de carbones, metalúrgicos, mineral de hierro, calizas, arcillas, yeso, puzolana y roca fosfórica, todo esto mediante la promoción de proyectos de investigación, capacitación, desarrollo y transferencia tecnológica; de igual modo se hace indispensable involucrar

de forma dinámica y participativa a diferentes actores dentro del proceso, en busca de dar continuidad a la creación y consolidación competitiva de los distritos mineros del departamento de Boyacá.

Dentro de los propósitos para el sector se encuentran:

- ❖ La formalización laboral y empresarial de los alfareros
- ❖ Promoción de ciencia, tecnología e innovación
- ❖ Contar con la colaboración de la Secretaría y el Ministerio de Minas y Energía.

Es importante destacar que el sector artesanal del Departamento es muy fuerte y con el paso del tiempo ha adquirido cierto reconocimiento, aun requieren de un esfuerzo conjunto a nivel público y privado para fortalecer el ejercicio no solo productivo, pues son expertos en este tema, sino a nivel empresarial y competitivo que les permita destacarse y mantener viva esta memoria ancestral por generaciones.

BIOGRAFÍA AUTORA



Nacida en la ciudad de Bogotá, profesional en Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Sergio Arboleda, con Maestría en Dirección de Marketing de la Universidad de Viña de Mar Chile, estudios ejecutivos en Atención, atracción, fidelización y retención de Clientes; Planes de Comunicación Comercial, Identidad Corporativa y, Organización y Gestión de Equipos de trabajo, en la Universidad de Buenos Aires – Buenos Aires Argentina.

Experiencia Profesional en el sector industrial, como analista de inteligencia de Mercados en empresas de Maquinaria pesada, GECOLSA CAT, asistencia a la gerencia Nacional de Soporte al Producto de RYLSA, trabajo de consultoría con el sector público en manejo de políticas públicas, asesoría profesional en estrategias y comercialización con el sector artesanal en asociación con Artesanías de Colombia.

Experiencia docente de alrededor de 5 años, de los cuales 4 años en docencia universitaria en la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, en la Facultad de Negocios Internacionales, en las áreas de Marketing y Negocios, con trabajos en Investigación y proyección social como coinvestigador y líder en:

- ❖ La competitividad empresarial y su incidencia en el desarrollo, inversión social y recaudo de los ingresos en el departamento de Boyacá. - Investigación
- ❖ Fortalecimiento empresarial del sector Minero en el Municipio de Tunja. conforme a los indicadores de competitividad internacional. – Proyección Social
- ❖ Fortalecimiento Productivo y Comercial del Sector Artesanal de Cestería, en la Provincia de Márquez – Boyacá. – Proyección Social
- ❖ Fortalecimiento Empresarial de los Artesanos de Ráquira con Denominación de Origen. – Proyección Social (Líder del Proyecto)



BIBLIOGRAFÍA

Anta Felez, J. L. (1995). El Alfarero y su Contexto. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Artesanías de Colombia. (s.f.). Diagnostico del Sector Artesanal Colombiano.

Artesanías de Colombia, & Diagnóstico de Calidad Oficio Artesanal, R. (2008). Proyecto de mejoramiento en la calidad y certificación de productos artesanos en 13 comunidades. Artesanías de Colombia.

Calderon Arteaga, C. H. (s.f.). Producción y Comercialización del Ladrillo. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos14/ladrillocolomb/ladrillocolomb.shtml>

Concejo de Gobierno, Gobernación de Boyacá, Cámara de Comercio, & Consejo privado de Competitividad. (2008). Plan Regional de Competitividad de Boyaca 2008 - 2032. Sogamoso: Confecamaras.

Definición.De. (2018). Obtenido de <https://definicion.de/alfareria/>

Economipedia, haciendo facil la economía. (2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

General M. (s.f.). Concepto Definición. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/mineria/>

Moncada Paredes, M., Otero, D., & Gonzalez Posso, C. (2012). Minería: ¿Del extractivismo a una nueva era? Bogotá: Indepaz Colombia.

NR. (2007). Competitividad del Sector Minero. Revista Dinero.

Problematica de la minería colombiana. (13 de Junio de 2013). Obtenido de <http://hsbnoticias.com/noticias/nacional/problem%C3%A1tica-de-la-miner%C3%ADa-colombiana-91698>

Revista PYM. (2018). Obtenido de <https://www.revistapym.com.co/destacados/definicion-mercadeo-lo-que-lo-que-fue-lo-que-puede-ser/>

Significado. (2018). Obtenido de <https://significado.net/artesano/>



T U N J A

Res.MENr_o01456del29decperode2016

Vigência por seis anos

UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS