

Internacionalización de emprendimientos culturales en Ráquira, Boyacá Internationalization of Cultural Enterprises in Ráquira, Boyacá

Mauricio Alejandro Jarro Sisa^a, Sarah Valentina Rodríguez Niño^b ,
"Universidad Santo Tomas - Facultad de Administración de Empresas - Especialización en
Innovación y Marketing - Grupo de Investigación en Ciencias Administrativas y Contables
- Av. Universitaria Cll. 48 No. 1-235 este, Tunja, Postal Cod. 150003 - Colombia “

Resumen

El propósito del presente estudio es dar continuidad con el proyecto FODEIN denominado “Apropiación del patrimonio cultural inmaterial hacia el fortalecimiento del sector empresarial en la provincia del Alto Ricaurte en Boyacá y el distrito especial en Barrancabermeja – Santander” desarrollado durante el año 2023, enfocándose en los emprendimientos culturales del municipio de Ráquira, buscando proponer alternativas de fortalecimiento a partir de la internacionalización empresarial. El estudio fue de naturaleza cuantitativa, con enfoque descriptivo y transeccional, en el cual se entrevistó a través de encuestas, con el apoyo de miembros del semillero de investigación Emprendedores Tomasinos a emprendedores y pequeños empresarios, obteniendo resultados parciales que muestran necesidades en temas asociativos, de formación y apoyo por parte de las entidades públicas, que permitan su fortalecimiento y expansión a nuevos mercados a parte del turismo. Por último, el estudio propone una serie de estrategias de marketing internacional que propenden por el incremento de la competitividad del sector artesanal teniendo como referente la empresa Todo Ráquira quienes ya se encuentran exportando sus mercancías.

Abstract

The purpose of this study is to continue the FODEIN project entitled “Appropriation of cultural and immaterial heritage focused on strengthening the artisan sector in the province of Alto Ricaurte in Boyacá and the special district of Barrancabermeja, Santander”, developed during 2023. This research focuses on the internationalization of cultural enterprises in Ráquira, Boyacá, based on quantitative, descriptive, and cross-sectional approach. Surveys were conducted with the support of the Entrepreneurial Tomasinos research group, involving entrepreneurs and small business owners. The partial results reveal the need for associative, training and institutional support from public entities to strengthen and expand the sector toward new markets beyond tourism. Finally, the study proposes a series of international marketing strategies aimed at increasing the competitiveness of the artisan sector, taking as reference the company “Todo Raquira”, which has already begun exporting its products.

Palabras Clave

Cultura, internacionalismo, empresa, desarrollo económico y social.

Keywords

Culture, internationalism, enterprise, economic and social development.

Introducción

El departamento de Boyacá se ha caracterizado por ser una fuente de costumbres, saberes y tradiciones que se han materializado en ámbitos como la gastronomía, las artes y la elaboración de productos artesanales que en sí mismos dan a conocer las raíces de la identidad cultural de los municipios y de las provincias que conforman la región; generando un atractivo turístico para los habitantes del mismo departamento, del país y del mundo. Una de las provincias boyacenses más fortalecidas en el campo del PCI¹ es el Alto Ricaurte específicamente, el municipio de Ráquira, el cual es “el más importante de los centros cerámicos del país y un referente obligado en el tema artesanal” (Ministerio de Cultura, 2014), encontrándose en este municipio una gran variedad de mipymes dedicadas a la fabricación y comercialización de este tipo de piezas ofreciendo una gran variedad de artículos para los visitantes, caracterizados por su alto nivel de creatividad e innovación. Sin embargo, al analizar la proyección internacional, de este tipo de organizaciones, a través de la consulta las estadísticas ofrecidas por la plataforma LegisComex, se encuentra que la exportación de este tipo de artesanías se encuentra incluida en el capítulo arancelario 69 “productos cerámicos” el cual obtuvo en el último año, los siguientes resultados: [Consultar aquí](#). Fuente: Legiscomex

La estadística evidencia que los productos “vajillas y demás productos de uso doméstico” tuvieron la mayor parte de las exportaciones realizadas, lo cual, genera un panorama positivo, en el ámbito de la exportación de artesanías, que, en gran parte, son productos para el hogar ya sea para la decoración o uso específico. En cuanto los departamentos de procedencia, de este capítulo arancelario, se encuentra que Boyacá tuvo una participación del 0.23% del total de las exportaciones.

De lo anterior se concluye, la necesidad de formulación de estrategias de internacionalización, para este tipo de empresas, aprovechando su naturaleza creativa e innovadora que permitan abrir nuevos mercados además de difundir el PCI de esta región de Boyacá.

El presente estudio, se encuentra articulado con el proyecto de investigación FODEIN denominado “Apropiación del patrimonio cultural inmaterial hacia el fortalecimiento del sector empresarial en la provincia del Alto Ricaurte en Boyacá y el distrito especial en Barrancabermeja – Santander” desarrollado durante el año 2023, en el cual se caracterizaron los emprendimientos culturales de los respectivos municipios incluyendo Ráquira; por lo cual, a través de este proyecto, se busca aprovechar los resultados de esta parte del estudio, para dar un paso siguiente, hacia el fortalecimiento empresarial con un enfoque internacional.

El objetivo general de esta investigación es proponer estrategias de internacionalización para los emprendimientos culturales del municipio de Ráquira, Boyacá; para poder cumplir con lo anterior, es necesario: 1. Identificar el perfil de los emprendedores culturales del municipio 2. Caracterizar los emprendimientos culturales del municipio de Ráquira. 3. Diseñar acciones de fortalecimiento de emprendimientos culturales, orientadas a mejorar su competitividad.

¹ Patrimonio cultural inmaterial

En cuanto al componente teórico que soporta el presente estudio, en primer lugar, se debe tener en cuenta que PCI comprende las prácticas, saberes, expresiones y técnicas que las comunidades reconocen como parte de su patrimonio cultural, incluyendo tradiciones orales, lenguas, rituales, celebraciones, conocimientos sobre la naturaleza y el universo, y oficios artesanales (Ministerio de cultura, s.f.). Así mismo, dentro de los campos del PCI establecidos por el Ministerio de Cultura, los directamente relacionados al presente estudio son las técnicas y tradiciones asociadas a la fabricación de objetos artesanales los cuales “comprende el conjunto de prácticas familiares y comunitarias asociadas a la elaboración de objetos utilitarios u ornamentales producidos con técnicas artesanales aprendidos a través de la práctica” (Ministerio de cultura, s.f.).

Continuando, el otro campo teórico que soporta este estudio es el de la internacionalización, la cual, de acuerdo con la compilación realizada por Merubia (2019) la más reciente la define como el “proceso de adquisición, integración y utilización del conocimiento y la experiencia en las operaciones internacionales con una participación incremental en los mercados internacionales” (Bose, 2016) como citan (Herrera, Guacaneme, Rondón & Acuña, 2023, p. 13). Finalmente, en cuanto la formulación de estrategias, se debe tener en cuenta las acciones enmarcadas en el marketing internacional el cual es definido como estrategias de marketing aplicadas en mercados distintos al propio, donde se debe considerar cuidadosamente factores culturales y contextuales clave para introducir un producto con éxito (Redondo et al, 2019, p. 18).

Metodología

La presente investigación es de naturaleza cuantitativa, al “utilizar la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.4); de enfoque descriptivo, al buscar caracterizar a los emprendedores y pequeños empresariales culturales al igual que sus empresas y de corte transeccional, al establecer un momento fijo en el tiempo en una locación determinada, en este caso, el casco urbano del municipio de Ráquira. El instrumento utilizado, fue una encuesta conformada por 22 preguntas abiertas y cerradas, en la cual se les preguntó datos generales, actividad empresarial, porcentajes de ingresos por su actividad empresarial, aspectos asociativos e intereses en materia de capacitación.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados más relevantes:

Resultados 1. Fuente: elaboración propia

La predominancia femenina en este sector se asocia con la tradición familiar y comunitaria que caracteriza la elaboración de piezas artesanales, donde las mujeres asumen funciones clave tanto en la creación como en la comercialización de los productos. Así mismo los resultados evidencian una mayor concentración de emprendimientos culturales en el núcleo urbano del municipio, donde se localizan los principales puntos de comercialización, talleres y espacios de interacción con el turismo. Sin embargo, la presencia de iniciativas rurales, aunque menor en proporción, reviste gran importancia ya que, en estas zonas, es donde se conserva de forma más pura los saberes ancestrales.

Resultados 2. Fuente: elaboración propia

Estos resultados reflejan que, aunque existe una diversidad en los niveles de dependencia económica, una proporción significativa de la población obtiene una parte importante de sus ingresos a partir de prácticas culturales tradicionales, reafirmando su relevancia como motor económico local. Por otra parte, los datos evidencian que las prácticas culturales externas tienen una presencia económica limitada en Ráquira, predominando el arraigo hacia las actividades culturales locales como principal fuente de sustento económico.

Resultados 3. Fuente: elaboración propia

Estos datos reflejan que, aunque persiste un modelo tradicional de venta directa, existe una apertura creciente hacia canales modernos como los digitales, lo que puede representar una oportunidad de expansión comercial para los productores locales.

Resultados 4. Fuente: elaboración propia

Los datos evidencian una limitada articulación entre los emprendedores culturales y las entidades gubernamentales locales, lo que podría estar incidiendo en la visibilidad, promoción y fortalecimiento del sector cultural del municipio. Se resalta, por tanto, la necesidad de fomentar mayores espacios de colaboración público-comunitaria, con el fin de impulsar la proyección de los emprendimientos culturales de Ráquira en escenarios regionales y nacionales. En relación con la pertenencia a agrupaciones u organizaciones culturales del municipio, los resultados reflejan una baja participación colectiva. Por ello, se identifica la necesidad de promover procesos asociativos y redes de colaboración cultural que fortalezcan el sentido comunitario, potencien la sostenibilidad de los emprendimientos y contribuyan al desarrollo integral del patrimonio inmaterial de Ráquira.

Resultados 5. Fuente: elaboración propia

Los resultados evidencian una baja articulación entre el sector privado y los emprendimientos culturales de Ráquira, lo cual podría limitar las oportunidades de promoción, financiación y expansión comercial de los productos y servicios culturales locales. La escasa presencia de alianzas privadas refleja, además, una dependencia casi exclusiva de los esfuerzos individuales o comunitarios para la sostenibilidad de las actividades culturales, lo que reafirma la necesidad de fomentar políticas de cooperación público-privada orientadas al fortalecimiento cultural del municipio. De igual forma, los datos muestran un marcado interés por fortalecer las capacidades técnicas y de gestión vinculadas al desarrollo de los emprendimientos culturales en Ráquira. Estos resultados reflejan una tendencia hacia la profesionalización del sector cultural, así como la búsqueda de herramientas que permitan diversificar la oferta, proteger los saberes locales y aumentar la competitividad de las iniciativas culturales del municipio.

Discusión y conclusiones

El análisis de los emprendimientos culturales de Ráquira permite evidenciar que la internacionalización del sector artesanal requiere de un enfoque estratégico basado en la gestión del marketing internacional y la innovación. Si bien existe una sólida tradición productiva y un reconocimiento cultural del municipio, los resultados muestran limitaciones en formación y vinculación con entidades públicas y privadas, lo que restringe su capacidad competitiva en mercados globales. Considerando esto se propone una ruta de internacionalización que combine la identidad cultural con herramientas de marketing digital, branding territorial y comercio exterior, permitiendo fortalecer la visibilidad internacional de

V Congreso Internacional de INVESTIGACIÓN

en Ciencias Económicas
Administrativas y Contables.



santotosumma.edu.co

los productos artesanales de Ráquira. Las principales estrategias sugeridas son: estrategia de posicionamiento de marca “País origen”. Diversificación de canales de comercialización internacional mediante plataformas de e-commerce y ferias internacionales. Estrategia de marketing relacional e institucional que fomente alianzas entre productores locales, cámaras de comercio y entidades gubernamentales, facilitando así el acceso a programas de promoción y financiación de exportaciones. Innovación en producto y empaque, adaptando diseños, certificaciones y presentaciones a las preferencias del consumidor internacional sin perder la identidad del producto. Gestión de la marca colectiva “Hecho en Ráquira” como herramienta de diferenciación y valor agregado frente a competidores internacionales y capacitaciones continuas en marketing internacional y comercio electrónico para fortalecer competencias empresariales y tecnológicas de los emprendedores.

Finalmente, se concluye que la internacionalización de los emprendimientos culturales no solo implica acceder a nuevos mercados, sino también proyectar el patrimonio cultural inmaterial como un activo del desarrollo económico y social del departamento de Boyacá. La articulación entre la tradición artesanal, la innovación y el marketing internacional consolidará a Ráquira como un modelo de internacionalización cultural, capaz de proyectar el talento boyacense hacia mercados globales.

Referencias

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014).

Metodología de la investigación. McGraw Hill.

Herrera Valencia, B., Guacaneme Pineda, R., Rondón Avendaño, J., & Acuña

Zambrano, D. T. (2023). *Internacionalización de empresas: Un enfoque desde los usuarios de zonas francas a la luz de la Ley 2277 de 2022*. ANDI, Cámara de Usuarios de Zonas Francas.

https://www.andi.com.co/Uploads/Andi%20Internacionalización%20de%20empresas%202023%20-interactivo_638230446533623913.pdf

Ministerio de Cultura. (2014). *Los cuadernos del barro: Ráquira*.

<https://patrimonio.mincultura.gov.co/Documents/Los%20Cuadernos%20del%20Barro.%20R%C3%A1quira.pdf>

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Patrimonio cultural de Colombia*.

<https://patrimonio.mincultura.gov.co/patrimonio/Paginas/default.aspx>

Redondo Ramírez, M. I., Marín Restrepo, J. J., Aguirre Bañol, V. A., Gómez Trejos, D.

A., Gonzáles Patiño, L. V., Hincapié García, C., & Valencia García, P. A.

(2019). *Fundamentos del marketing internacional*. Fundación Universitaria del Área Andina.