



Title: Business competitiveness in the "wood carving" handicraft business of San Martín Tilcajete, Oaxaca

Authors: BALTAZAR-DOMÍNGUEZ, Daniela Alejandra and CALDERA-GONZÁLEZ, Diana del Consuelo

Editorial label ECORFAN: 607-8695
 BECORFAN Control Number: 2022-01
 BECORFAN Classification (2022): 131222-0001

Pages: 09
 RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.
 143 – 50 Itzopan Street
 La Florida, Ecatepec Municipality
 Mexico State, 55120 Zipcode
 Phone: +52 1 55 6159 2296
 Skype: ecorfan-mexico.s.c.
 E-mail: contacto@ecorfan.org
 Facebook: ECORFAN-México S. C.
 Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introducción

En México, la artesanía, los artesanos, los negocios y talleres que conforman al sector, son de gran relevancia para la economía y el patrimonio cultural.

Las mipymes de artesanía aportaron el 19.1% del sector cultural en el 2019 (138 mil millones de pesos), generando 489,890 puestos de trabajo remunerados en el mismo año (INEGI, 2021).

Resulta imprescindible identificar cómo es la competitividad empresarial en los negocios de artesanía en México.



Fuente: Museo de Arte Popular Oaxaca. 2021. Moneros.

Objetivo y Metodología

Identificar cómo es la competitividad empresarial de los negocios de artesanía en Oaxaca (México), específicamente los de “talla de madera” en San Martín Tilcajete.

La metodología que sigue esta investigación es de corte cuantitativo con alcance descriptivo y enfoque no experimental, utilizando como instrumento una encuesta tipo Likert de 5 niveles y con 15 ítems.

El instrumento se aplicó a un total de 84 líderes o dueños de los negocios, lo que significa una muestra representativa de la población tomando en cuenta un nivel de confianza del 95%.



Fuente: Museo de Arte Popular Oaxaca. 2021. Moneros.

Instrumento

La encuesta se diseñó tomando como base el Cuadro de la Competitividad de la Pyme del International Trade Center de las Naciones Unidas (ITC) (2015).

La competitividad empresarial se refiere al desempeño de una empresa en tres pilares: capacidad de competir, capacidad de conectarse y capacidad de cambiar; asociado a los tres sustratos en los que se desenvuelve: al interior de la organización, en el entorno inmediato y en el entorno nacional.

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Al interior de la organización	Capacidad de competir	Capacidad de conectarse	Capacidad de cambiar
En el entorno inmediato	Capacidad de competir	Capacidad de conectarse	Capacidad de cambiar
En el entorno nacional	Capacidad de competir	Capacidad de conectarse	Capacidad de cambiar

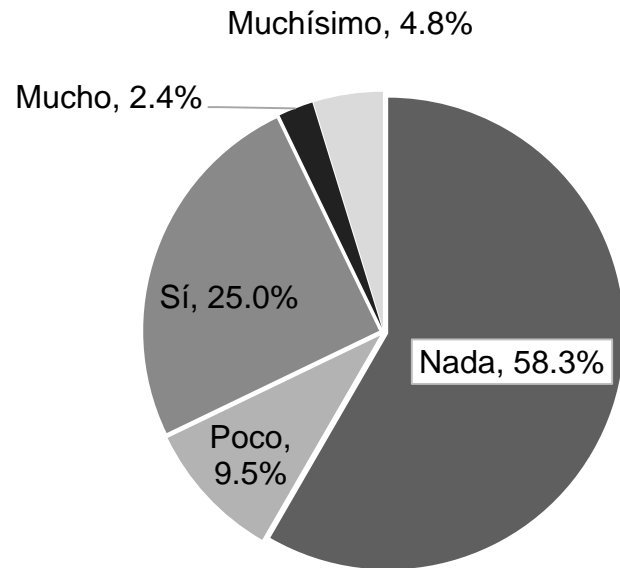
Fuente: International Trade Center de las Naciones Unidas (ITC) (2015)

Resultados

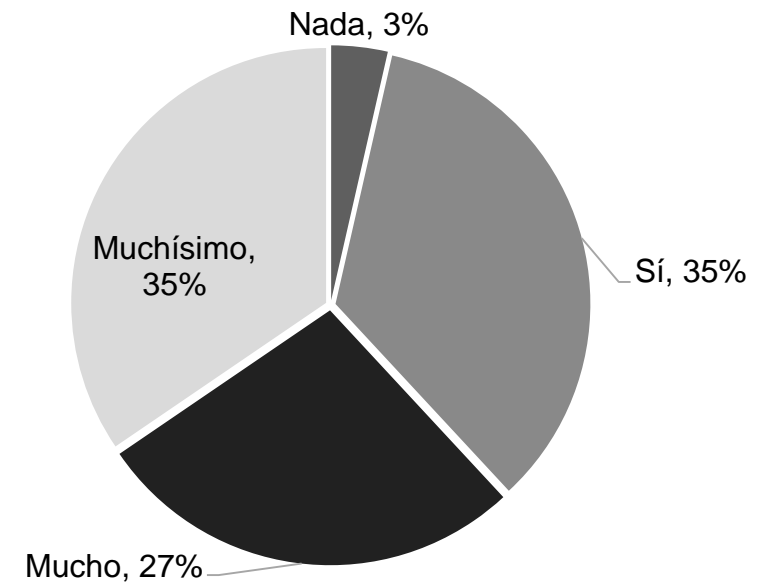
Al interior de la organización

Capacidad de competir

2- Tengo documentado todo el proceso de producción por etapas, con materiales y tiempos



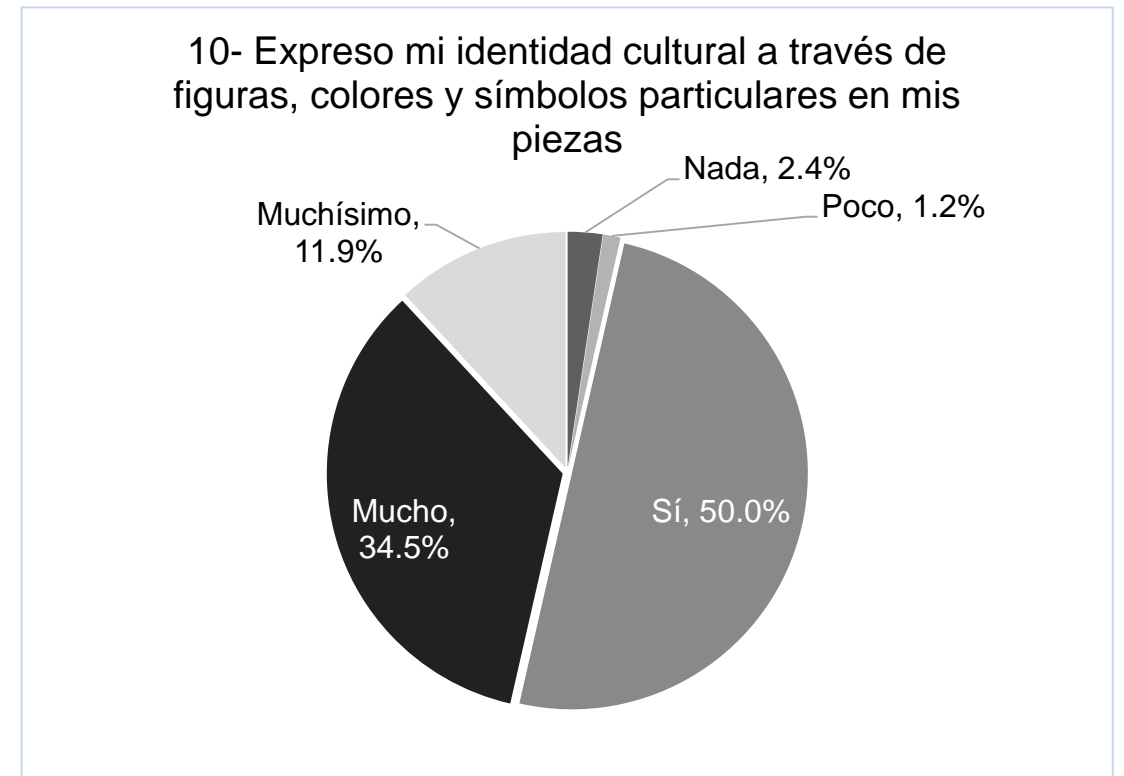
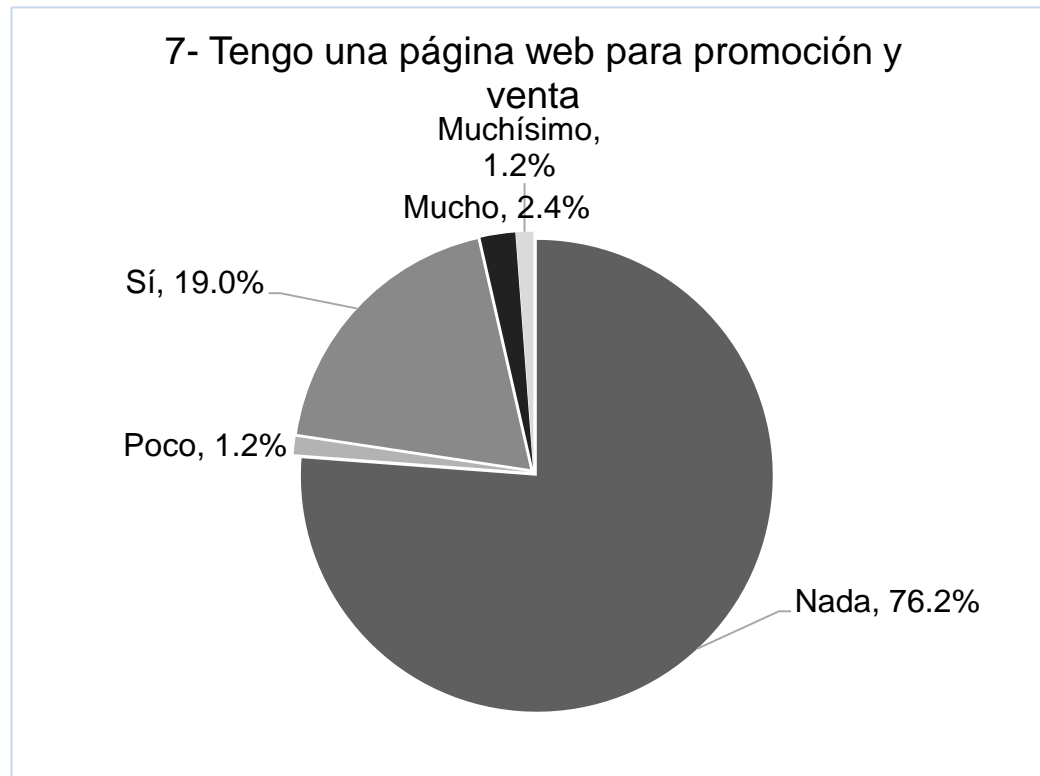
4- Realizo actividades que aseguran la calidad en el proceso de producción



Resultados

Al interior de la organización

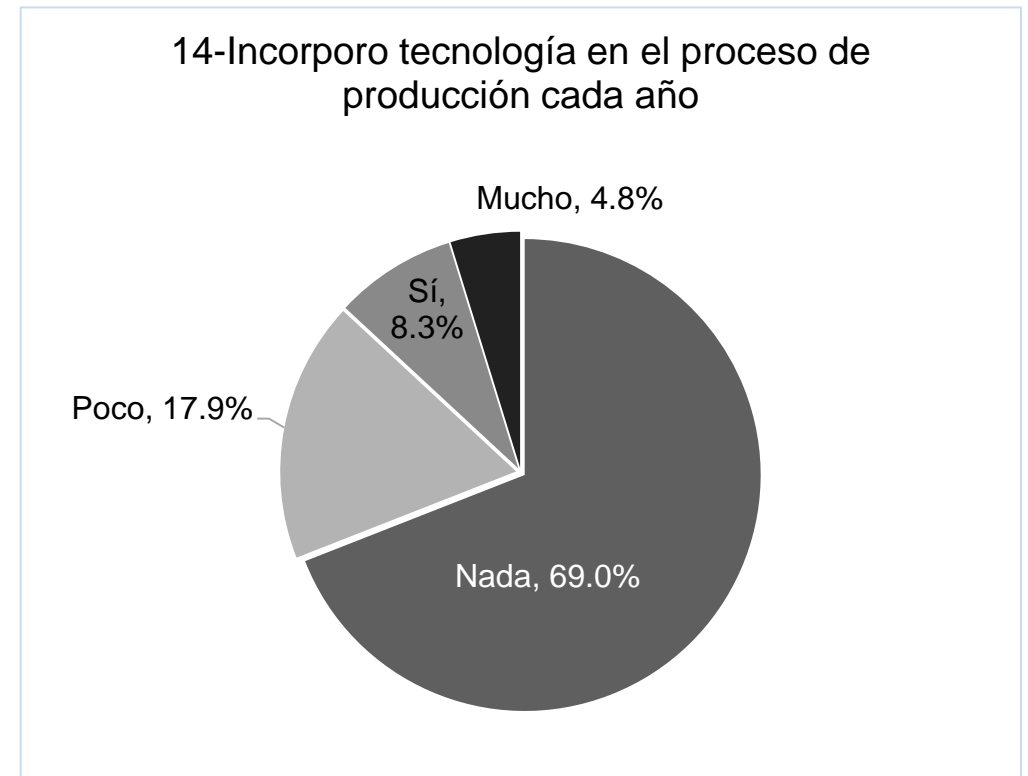
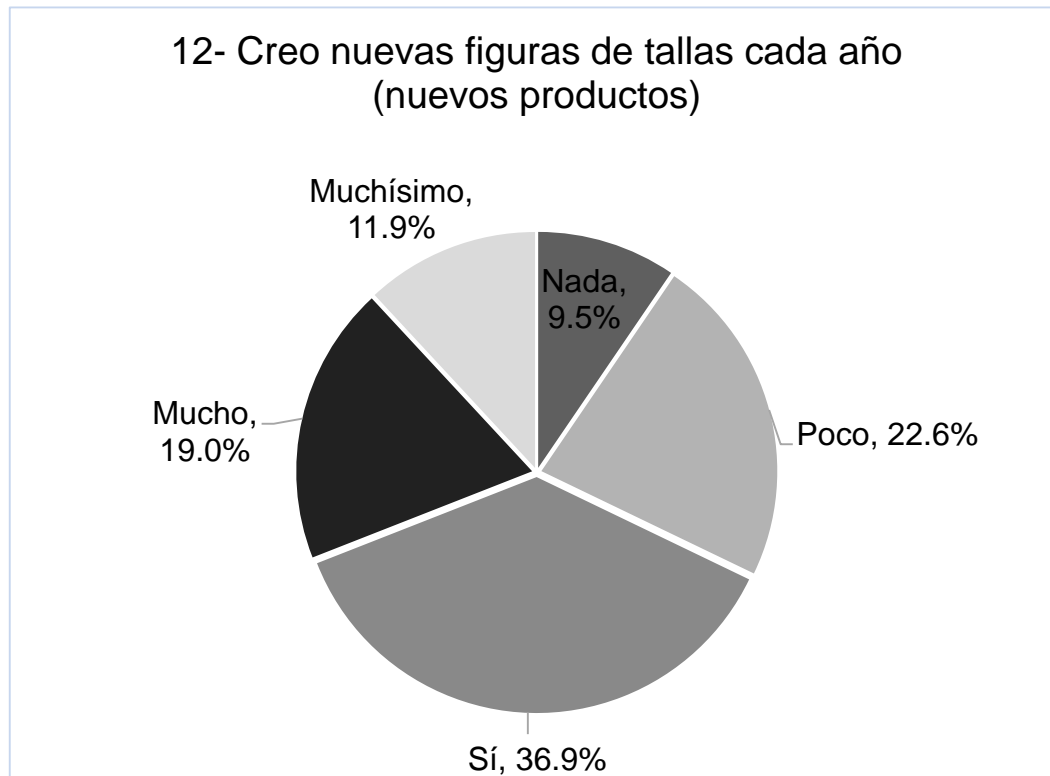
Capacidad de conectarse



Resultados

Al interior de la organización

Capacidad de cambiar



Conclusiones

Al interior de la organización

Capacidad de competir

- Los dueños de los negocios conocen sus costos y planean objetivos de ventas, lo cual refleja un énfasis empresarial en la actividad artesanal.
- En su mayoría no tienen documentado el proceso de producción de la artesanía, lo que pone en riesgo su transmisión.
- La calidad es un elemento en el que ponen mucho énfasis, ya que para el cliente es un factor de decisión en el momento de compra.



Fuente: Museo de Arte Popular Oaxaca. 2021. Moneros.

Conclusiones

Al interior de la organización

Capacidad de conectarse

- Los negocios de artesanía hacen uso de las redes sociales para la promoción y venta, sin embargo, lo hacen de forma empírica, es decir, sin una estrategia.
- La mayoría de los negocios carece de una página web, lo que significaría un potencial canal de venta por ser los clientes en su mayoría extranjeros.
- Los artesanos aceptan pagos con tarjeta y cuentan con terminal bancaria, adaptándose a las condiciones del entorno globalizado.



Fuente: Museo de Arte Popular Oaxaca. 2021. Moneros.

Conclusiones

Al interior de la organización

Capacidad de cambiar

- Los artesanos comunican boca a boca a sus clientes el valor cultural, simbólico y social de la artesanía. Sin embargo, esto no se refleja en sus etiquetas, empaques o redes sociales, lo cual agregaría valor al producto.
- Los artesanos consideran expresar su identidad cultural a través de figuras, colores y símbolos particulares en sus piezas, con lo que se reafirma la importancia de este tipo de negocios para salvaguardar el patrimonio cultural de México



Fuente: Museo de Arte Popular Oaxaca. 2021. Moneros.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/booklets)