

Caracterización de las empresas joyeras de Bucaramanga, Colombia: Análisis de su contexto socioeconómico y perspectivas futuras

Characterization of Jewelry Companies in Bucaramanga, Colombia: Analysis of their Socioeconomic Context and Future Prospects

Recibido: 28 de Mayo de 2025 **Aprobado:** 13 de Agosto de 2025

Cristina Ivonne Tavera Cuéllar

Administradora de Empresas. Magíster en Psicología del Consumidor. Especialista en Pensamiento Estratégico y Prospectiva. Postulante a Doctoranda en Ciencias Económicas y Empresariales. Docente-Investigadora con más de quince años de experiencia en Educación Superior, con enfoque en sostenibilidad, estrategia y transformación digital con impacto territorial.

E-mail: cristavera@hotmail.com

Sandra Carolina Gil Betancur

Psicóloga. Magíster en Desarrollo Educativo y Social. Experiencia en contextos vulnerables y reincorporación social. Coordinación de procesos académicos e investigaciones con enfoque mixto. Experta en intervención psicosocial, evaluación psicométrica y formación comunitaria.

E-mail: carolinagil.psico@gmail.com

Resumen

El presente estudio caracteriza el sector joyero de Bucaramanga, reconocido por su tradición y contribución económica y cultural. A partir de una base de datos de la Cámara de Comercio, con información de 35 empresas, se analizan aspectos clave como tipo, tamaño, antigüedad, número de empleados, carácter familiar, cumplimiento fiscal, valor de activos y presencia femenina. El objetivo es comprender la estructura empresarial, la formalidad, la equidad de género y el desempeño financiero reciente del sector. Los resultados buscan ser una referencia para empresarios, inversionistas y formuladores de políticas, contribuyendo a la toma de decisiones informadas, al fortalecimiento del sector y al desarrollo de un plan de responsabilidad social.

Palabras clave: joyería, Bucaramanga, empresas joyeras, caracterización, responsabilidad social

Abstract

This study profiles the jewelry sector in Bucaramanga, recognized for tradition and economic and cultural contribution. Using a Cámara de Comercio de Bucaramanga database with information on 35 companies, it analyzes key aspects such as type, size, seniority, number of employees, family-owned businesses, tax compliance, asset value, and female presence. The objective is to understand the business structure, formality, gender equity,

and recent financial performance of the sector. The results are intended to serve as a reference for entrepreneurs, investors, and policymakers, contributing to informed decision-making, strengthening the sector, and developing a social responsibility.

Keywords: jewelry, Bucaramanga, jewelry companies, characterization, social responsibility

Introducción

Colombia es un país orfebre por sus condiciones topográficas para la minería del metal precioso, pero no en todas las regiones se aprovecha el oro para generar empresa y, por ende, empleo que permita el bienestar de la comunidad y el desarrollo económico local. Si bien en espacios geográficos mineros del sur —Nariño, Cauca y Valle— y norte de la costa Pacífica —Chocó—, como también en Antioquia, Córdoba, Tolima y Caldas, se origina una enorme explotación del oro, lamentablemente cuando no se desvía por las rutas del contrabando para su explotación ilícita, paradójicamente nunca ha logrado consolidarse como la base para el surgimiento de empresas locales grandes, dedicadas a su beneficio y al desarrollo de valor agregado en su región de origen (Carrascal, 2009).

A pesar de esto, en Santander, especialmente en Bucaramanga y su zona metropolitana, dada su cercanía a la minería artesanal en la provincia Sotonorte del Páramo de Santurbán, más allá de las minucias del comercio del oro, ha logrado desarrollar el negocio de la joyería y destacarse como un arte y una opción de emprendimiento (Vesga, 2018).

En lo precedente, si la joyería se advierte como un arte, no es gratuita. Hay una herencia ancestral para ese gusto y para esa refinación en la construcción de las joyas en este sector conurbano de Bucaramanga y la zona metropolitana. Esa herencia deviene de culturas prehispánicas como la muisca (Ávila Pérez et al., 2017) y la guane (BaricharaVive, 2025). Con respecto a la cultura muisca, por ser la más destacada en el territorio precolombino, se puede decir que era la que más influenciaba a las demás comunidades, dado su adelanto y desarrollo, por su organización política y económica que la hacía más fuerte sobre las otras en sus relaciones comerciales de la época (Arcila, 1947).

En Colombia, la intrincada topografía ha moldeado un sector minero y joyero que trasciende la extracción y orfebrería, generando un impacto que se puede identificar como una profunda riqueza socioemocional.

Este valor intangible se arraiga con el propósito trascendente que guíe a las empresas familiares, cuya misión, visión y valores se entrelazan con estrategias de Responsabilidad Social Corporativa —RSC— enfocadas en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible —ODS—. Este es un enfoque que se fundamenta en las dinámicas y teorías de los grupos para generar un impacto positivo y sostenible en las comunidades y el entorno (Rivera-Álvarez et al., 2023).

Así las cosas, no extraña que, en estas relaciones comerciales, la orfebrería muisca —de alta tecnología— hubiera no solo influenciado a las culturas de la costa norte, Panamá y Costa Rica, sino también a la Sierra Nevada de Santa Marta, más allá del altiplano cundi-boyacense, el oriente

y noreste santandereano (Langebaek, 1986), habitado por aquellos tiempos por los naturales chitareros, opones, chalalae y guanes: la cultura de mayor desarrollo.

Territorialmente, los guanes se expandieron de la hoya del río Suárez —en la vecindad con Barichara— a San Gil, el cañón del Chicamocha, la Mesa de los Santos, Piedecuesta, Floridablanca y la Meseta de Bucaramanga. En el río de oro, que cursa por Piedecuesta y Girón, encontraron una fuente de relación con el oro de aluvión para su práctica de orfebrería asociada a la cerámica (Lleras, 1986), ya que por estos tiempos no se había aún encontrado oro en veta (Penagos, 1980) y no se sabía de la existencia de la topografía aurífera del Páramo de Santurbán. Así, a su manera, los guanes fueron buenos orfebres. A su vez, se infiere —por la influencia de los muiscas y ante el escaso oro de aluvión de los ríos— que pudieron hallar una especie de orfebrería asociada a la cerámica, como lo detallan algunos de sus utensilios funerarios.

Este sector de la economía tiene una considerable fuerza en diferentes países, debido a que contribuye a la generación de empleo y tratados internacionales entre países (Cáceres, 2021); por esta razón, numerosos gobiernos han utilizado este sector como apoyo de sus procesos de industrialización, dada la ubicación geográfica de Colombia, que ha tenido acceso a más de mil cuatrocientos millones de consumidores, favorecidos por los Tratados de Libre Comercio —TLC— establecidos con Mercosur, North American Free Trade Agreement —NAFTA—, Estados Unidos, la Unión Europea, el Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), Canadá y otros. En opinión de Romero et al. (2022a), la industria textil colombiana se ha desarrollado por tradición en Medellín —Antioquia—, en cuya estructura las empresas se caracterizan por ser de tipo familiar, con baja escala de producción, que poco a poco han conformado conglomerados industriales, lo cual es un aliciente para el sector joyero en Bucaramanga.

Por lo tanto, no es gratuita la calidad estética de la joyería que, como emprendimiento, se ha gestado alrededor de Bucaramanga y su zona metropolitana. Indudablemente, si antes el oro era solamente arte y culto, dada las condiciones míticas de su orfebrería (Galán, 1947), con la evolución de la sociedad la orfebrería habría de convertirse en objeto comercial y económico, como se observa hoy en la joyería.

Por ello, no es extraño que la joyería se haya convertido en una actividad para el desarrollo económico de Bucaramanga y Santander de tradición, gracias a factores de calidad en sus materiales y diseños, los cuales indican que ya hay espíritu de empresa, más allá de la idea de solo un proyecto de emprendimiento, pues se ha recorrido un camino que ha puesto las bases y los fundamentos de una industria que cuenta con tener afortunadamente cercanía con la provincia de Soto Norte (Santander), donde tienen la materia prima: las minas de oro vecinas del

Páramo de Santurbán.

En adelante, el sector de la joyería en Bucaramanga debe consolidarse como una prioridad estratégica, aprovechando su robusto mercado interno y su potencial de expansión ante el creciente flujo de comerciantes provenientes del Caribe, Aruba, Bonaire y Curazao, quienes buscan negociar la producción local joyera para su exportación. Este escenario representa una oportunidad invaluable para fortalecer tecnológicamente los talleres artesanales de la zona metropolitana, principales proveedores de las empresas formalmente constituidas, impulsando así un crecimiento sostenible (Gutiérrez et al., 2018) y una mayor competitividad a nivel internacional.

La joyería como empresa tiene en el mercado externo la posibilidad de entrar en un contexto de comercio sólido que no solo mejorará su capital, sino que permitirá ampliar el empleo y mejorar el ingreso de una población que funda su sostenimiento en el arte del diseño y la producción de joyas. Cabe destacar que es imperativo que los insumos de la joyería deben ser provenientes de la minería formal y no contaminantes, garantizando así no solo la calidad y durabilidad de la diversa gama de joyas, la tradición orfebre, la continua formación del personal y el diseño innovador, sino también la incorporación estratégica de tecnología para ampliar la capacidad productiva de la mano con un firme compromiso con la responsabilidad social y la protección ambiental, asegurando un crecimiento sostenible y ético para el sector joyero en su conjunto. Para lograrlo, será necesario evitar que el ripio y el oro contaminado sigan siendo utilizados como insumo en la producción de las joyas.

La actividad de la industria joyera en la región de Bucaramanga representa un eslabón muy fuerte en la cadena de su economía regional. En la actualidad, Bucaramanga es un caso impresionante, fundamentalmente gracias a la creación de empleos por parte de sectores como la construcción y las diversas microempresas joyeras que aumentan los ingresos de los más pobres, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económico local.

El sector joyero en Bucaramanga, una ciudad reconocida por su rica tradición en la industria de la joyería, ha sido objeto de interés debido a su notable contribución económica y cultural en la región. Este estudio se enfoca en el análisis y la caracterización del sector joyero en Bucaramanga, utilizando una base de datos obtenida de la Cámara de Comercio de Bucaramanga que incluye información detallada de 35 empresas joyeras de esta región. Estos datos permiten examinar diferentes aspectos relevantes del sector y proporcionar una visión general de las empresas joyeras.

El presente estudio se centra en la caracterización de las empresas joyeras de Bucaramanga. La información recopilada de la base de datos permite analizar diversos aspectos clave como el tipo de empresa, el tamaño, la antigüedad, el número de empleados, si es empresa familiar o no, el cumplimiento de obligaciones fiscales, el valor de los activos y la presencia de las mujeres en este sector. Estos aspectos proporcionan una visión amplia de las características y dinámicas de las empresas joyeras en Bucaramanga.

En cuanto al tipo de empresa, se analiza si predominan las microempresas, pequeñas empresas o medianas em-

presas en el sector joyero de Bucaramanga. Esto permite entender la estructura empresarial del sector y su impacto en la economía local. Además, se investiga la presencia de empresas familiares en el sector, analizando la influencia de la herencia y la continuidad familiar en las empresas joyeras de la región.

El tamaño de las empresas también es un factor relevante a considerar. A través de la base de datos se explora el número de empleados y el valor de los activos de las empresas joyeras. Esto proporciona una visión de la escala de operaciones y el nivel de inversión presente en el sector, así como su contribución a la generación de empleo y al desarrollo económico de Bucaramanga.

Además, se analiza la situación fiscal de las empresas joyeras en Bucaramanga, evaluando si cumplen con sus obligaciones tributarias y pagan impuestos de manera adecuada. Este aspecto es fundamental para comprender la formalidad y el cumplimiento normativo en el sector joyero de la región. Otro aspecto relevante es la presencia de las mujeres en este sector. Se investiga su participación en las empresas joyeras, tanto en roles de liderazgo como en la fuerza laboral en general. Esto permite comprender la equidad de género en el sector y evaluar el impacto de las mujeres en el desarrollo y el crecimiento de las empresas joyeras en Bucaramanga. Por último, se examinan los resultados financieros obtenidos en el último año por las empresas joyeras de la región. Esto proporciona una visión actualizada de la rentabilidad y el desempeño económico del sector en Bucaramanga.

En síntesis, el propósito principal de este estudio es proporcionar una caracterización detallada y rigurosa del sector joyero en Bucaramanga, utilizando datos precisos y fiables recopilados de la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Los resultados obtenidos servirán como una referencia clave para los actores involucrados en la industria, tales como empresarios, inversionistas y formuladores de políticas. Además, contribuirán a la toma de decisiones informadas y al desarrollo de estrategias efectivas para fortalecer y promover el sector joyero de Bucaramanga en el ámbito local y ayudarán a la construcción de un plan de responsabilidad social para el sector.

Metodología

La presente investigación es descriptiva, ya que se realizó la caracterización socioeconómica de las empresas del sector de la joyería de la ciudad de Bucaramanga, mediante una recolección de datos mixta: las fuentes de información fueron primarias —con la base de datos de las empresas del sector joyero registradas hasta abril del 2023, obtenida de la Cámara de Comercio de Bucaramanga— y secundarias —páginas web gubernamentales, páginas web especializadas en datos económicos y estadísticos, artículos de revistas científicas, libros y bases de datos—. El muestreo fue no probabilístico, definido con las 35 empresas contenidas en la base de datos.

Al inicio, se recolectó la información general a estas 35 empresas a través de un cuestionario digital en Google Forms, mediante el Autodiagnóstico RSE para empresas (Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. —FE-CHAC—, s.f.), con preguntas cerradas —en su mayoría— y

algunas preguntas abiertas para recoger los datos relacionados con la caracterización —administrativas, talento humano, producción, mercado— de las empresas de joyería. Posteriormente, se identificaron las variables de caracterización para documentar el presente artículo y realizar la respectiva tabulación y el análisis de dicha información.

Con el objetivo de comprender a fondo la estructura y dinámica del sector joyero en la ciudad de Bucaramanga, se llevó a cabo la caracterización en diversas empresas locales. A través de un análisis detallado se identificaron algunos aspectos clave que describen el panorama actual de esta industria.

Resultados

Dentro del espectro de tipologías empresariales, las empresas familiares constituyen un grupo con atributos singulares que las distinguen de las no familiares. Tomando como base la investigación de Galván et al. (2021), se propone analizar en profundidad estas características distintivas con el objetivo final de generar conocimiento al respecto para atraer a más empresas como estas a cotizar en la bolsa.

Según los datos recabados para el presente estudio, existe una diferenciación en torno al tamaño de las empresas joyeras de Bucaramanga, de las cuales la clasificación se distingue entre empresas pequeñas y microempresas.

Cinco empresas corresponden a talleres artesanales de tipo familiar o pequeñas empresas. Estas se caracterizan generalmente por su informalidad, basando su actividad en la transmisión intergeneracional de conocimientos y técnicas. Su producción se distingue por una alta intensidad de mano de obra y un bajo valor agregado al producto final.

Para Romero et al. (2022b), el financiamiento es un aspecto clave para incrementar la productividad y los ingresos de las empresas familiares, pero que se limitan a utilizar en el corto plazo fuentes comunes como lo son los recursos propios —ahorros de los propietarios o reinversión de utilidades— y cómo fuentes externas destacan recursos de familiares y amigos, de prestamistas informales, relación con los proveedores, así como préstamos de entidades bancarias, teniendo como resultado la imperiosa necesidad de mantener relación con proveedores y así poder disminuir la recurrencia a prestamistas usureros, que fijan altas tasas de interés y escasos plazos para cancelar la deuda y poner en riesgo su estabilidad.

La empresa familiar es un tipo de organización con creciente importancia, desempeña un rol sustancial en la generación de producto, empleo e ingreso, erigiéndose como un pilar de progreso y bienestar (Romero & Zabalá, 2019). El intenso esfuerzo invertido por sus integrantes se fundamenta principalmente en la realización personal que experimentan al concretar sus proyectos. Estos proyectos, al proveer bienes o servicios que satisfacen las necesidades de la sociedad, representan la materialización de sueños y anhelos individuales o colectivos (Gutiérrez et al., 2018).

Por otro lado, los talleres o las empresas semi-industrializadas constituyen el 86% de la muestra obtenida; en su

mayoría, estas empresas son de carácter formal y poseen procesos de fabricación semiautomatizados que permiten alcanzar mayores volúmenes de producción y mayor generación de empleo (Sánchez et al. 2021).

Estos procesos de fabricación más automatizados le dan mayor valor agregado al producto (Echeverry & Siza, 2017), facilitan la innovación y adaptabilidad a otros procesos y productos y permiten alcanzar volúmenes de producción a mayor escala, posibilitando el desarrollo de maquinaria, nuevos equipos y herramientas, lo cual hace necesario la adopción de una estructura productiva y administrativa con mayor organización para el desarrollo de la actividad.

La tecnología existente en Bucaramanga para la fabricación de joyas se divide en dos:

Joyería Artesanal: se refiere a procesos de fabricación intensivos en mano de obra y que agregan poco valor al producto, ejecutados en general por un trabajador con ayuda de su familia, con habilidades transmitidas de padre a hijo (Gutiérrez et al., 2018) o de maestro a aprendiz.

Joyería Industrial: se refiere a procesos de fabricación más automatizados, que agregan mayor valor al producto, facilitan la innovación y adaptabilidad a otros procesos y productos; a su vez, permiten alcanzar mayores volúmenes de producción. Utiliza maquinaria, equipos y herramientas y una estructura productiva y administrativa organizada para el desarrollo de la actividad.

Finalmente, es crucial considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), un proceso que compete a todas las organizaciones, incluyendo las empresas familiares, dada su importancia en la generación de un impacto social positivo. La RSE se define como una filosofía de gestión integrada a la cultura organizacional, que permea todos los niveles y procesos estructurales, así como las interacciones entre los actores internos y externos de la empresa. La implementación de modelos de RSE con un enfoque de innovación social exige la formulación de propuestas contextualizadas localmente pero con visión global, por ejemplo el uso de la tecnología con impresoras 3D para aumentar las exportaciones de la joyería (Calderón, 2023). Su efectividad se evalúa mediante el análisis de elementos teóricos, metodológicos, éticos y la especificidad de las profesiones que intervienen en lo social (Carrillo et al., 2022).

Del total de las empresas analizadas, se observa que una mayoría significativa, representada por 30 unidades corresponde a microempresas. Y las 5 restantes se identifican como pequeñas empresas. Estos hallazgos permiten concluir que el tejido empresarial del sector joyero en la ciudad de Bucaramanga se caracteriza predominantemente por la presencia de microempresas, con una proporción minoritaria de pequeñas empresas y en un gran porcentaje trabaja con equipos básicos no industrializados.

La joyería es un sector industrial y comercial con una importante tradición en Bucaramanga; este sector abarca un amplio espectro de empresas, que van desde talleres artesanales que emplean técnicas tradicionales hasta manufactureras con tecnologías de punta y desde pequeños puntos de venta hasta grandes joyerías ubicadas en zonas comerciales estratégicas. Adicionalmente, este sector genera más de 500 empleos directos y registra

ventas promedio superiores a los dos mil millones de pesos colombianos mensuales (DANE, 2021). Estos indicadores subrayan la significativa importancia socioeconómica de la joyería en el contexto local.

Bucaramanga se encuentra entre los centros que más generan actividad de producción y comercialización de joyas a nivel nacional.

El hecho de que la mayoría de las unidades sean microempresas tiene grandes implicaciones en el comportamiento del sector ya que no disponen de la capacidad instalada para atender pedidos grandes y carecen de suficientes recursos para acceder a nuevas tecnologías.

La ley 590 del 2000 clasifica las unidades productivas según la planta de personal en: medianas empresas de 51 a 200 trabajadores, pequeñas empresas de 11 a 50 trabajadores, microempresas no superior a 10 trabajadores.

Para el presente estudio y tomando como base los datos recopilados de las 35 empresas encuestadas, se identificaron cinco como pequeñas empresas. Estas 5 unidades empresariales suman un total de 94 empleados por empresa. Este dato concuerda directamente con la clasificación establecida en la Ley 590 de 2000, que define a estas empresas, según su planta de personal, como pequeñas empresas dentro del marco legal colombiano.

Por otro lado, las empresas constituidas como microempresas constituyen una proporción mayoritaria del 86%, estas unidades productivas se caracterizan por un tamaño reducido, con un promedio de tan solo 3 empleados por empresa.

En tal sentido y tomando en cuenta las líneas anteriores Cleri (2013) sostiene que: "Las Pymes son la columna vertebral de las economías nacionales. Aportan producción y empleo, garantizan una demanda sostenida, motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio" (p.199). (Cleri, 2013) Frente a esto se puede inferir que las Pymes joyeras de "La Ciudad Bonita" Bucaramanga a lo largo de su historia y desarrollo han actuado como agentes de reactivación económica y productiva, gracias a su fuente esencial de capacidades empresariales, innovación y empleo, así como un impulso al comercio local, ya que este tipo de empresas no solo poseen la característica de producir y vender, sino que también estimulan el comercio local.

Estas empresas atraen a clientes locales y turistas, lo que impulsa la actividad económica en la ciudad. Además, muchas empresas joyeras también colaboran con proveedores locales, como talleres de diseño, proveedores de materias primas y servicios de logística. Esta colaboración contribuye al crecimiento y desarrollo de otros sectores de la economía local, generando un efecto multiplicador en la comunidad empresarial y un desarrollo local muy importante.

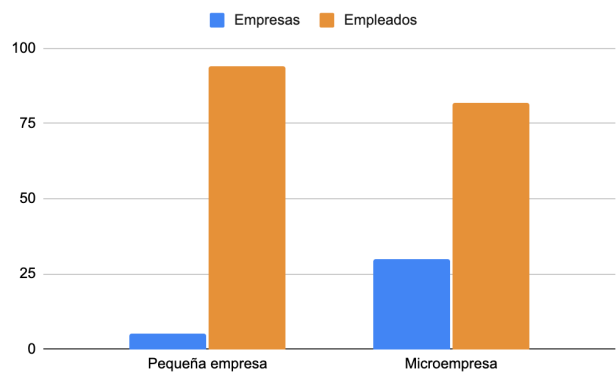
Bucaramanga es el área metropolitana con mayor cantidad de clase media, con importante capacidad de ahorro y con el más alto crecimiento per cápita de la economía en la última década. A su turno, Santander es la cuarta región económica de Colombia, después del Distrito Capital, y los departamentos de Antioquia y Valle incluidas sus capitales.

El crecimiento económico y de desarrollo humano del área metropolitana de Bucaramanga, que supera el millón de habitantes, está soportado en el continuo crecimiento de la mediana y pequeña industria, en el liderazgo de la industria joyera y en el avance económico y social de sus habitantes.

Lo anterior se refleja en el crecimiento y mejora en los servicios de salud, educación e infraestructura, incluida la construcción de vivienda y centros comerciales.

Figura 1

Número de Empresas por tamaño y cantidad de Empleados



Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

Con base en lo que refleja la figura No. 1 podemos analizar la distribución del personal en el sector joyero encuestado, se observa que las cinco pequeñas empresas identificadas concentran un total de 94 trabajadores, un promedio de 18 empleados por cada empresa. En contraste, las microempresas, representan un número significativamente mayor con 30 unidades y emplean en conjunto a 82 personas, un promedio de 3 empleados por cada empresa aproximadamente. Esta disparidad en la cantidad total de empleados resalta cómo, a pesar de su menor número, las pequeñas empresas tienden a generar individualmente una mayor cantidad de puestos de trabajo en comparación de las numerosas microempresas del sector en Bucaramanga.

La cantidad de colaboradores o empleados en este sector es baja, ya que muchas de estas empresas son atendidas por sus propietarios; quienes son los encargados prácticamente de toda la operación como diseño, compras de materia prima, elaboración, comercialización, venta y manejo financiero y contable del negocio.

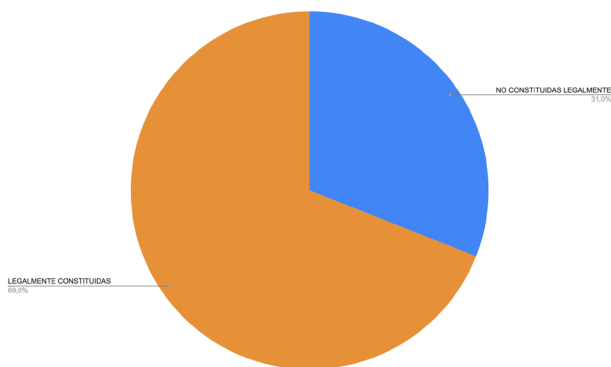
Solo unas pocas empresas que no son de más del 15% cuentan con una estructura organizacional definida y que cuente con una cadena de valor fuerte que garantice la operación.

Estos inconvenientes dejan ver que, en la administración, producción y distribución de la joyería en Santander y Bucaramanga, se observan problemas que necesariamente deben ser superados, para darle a esta industria permanencia y sostenibilidad, de lo contrario, el negocio de la joyería, podría desaparecer y según lo indicó, el director del Centro

de Desarrollo Productivo de Joyería, la única manera de recuperar este sector es que quienes están al frente de las empresas mejoren la toma de decisiones, pues parte de la caída de la joyería como negocio se debe no solo a la minería informal, sino al contrabando, y la intrusión en el mercado de productos de acero inoxidable (Pinzón y Turizo, 2019).

Figura 2

Empresa Familiar o Privada



Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

Como podemos observar en la figura 2, el 69 % que son en total 24 empresas joyeras están constituidas como empresa privada; es decir, que no son empresas familiares, sino empresas con su respectiva estructura corporativa privada definida. Mientras que el 31%, conformado por 11 empresas de la base de empresarios si pertenecen a una empresa familiar, que por tradición familiar o herencia generacional han continuado en el negocio de la joyería en la región de Santander, específicamente en Bucaramanga.

La importancia de la empresa familiar en el desarrollo económico de un país es un hecho indiscutible, aún más si son analizadas las consecuencias de sus actividades empresariales en el desarrollo integral de una sociedad. Las empresas joyeras de Bucaramanga no son la excepción, pues constituyen el eje vertebrador de la economía local.

Estas empresas han desempeñado un papel significativo en la generación de empleo, la promoción de la artesanía local y la contribución al crecimiento económico.

Según Martínez (2018) las empresas joyeras familiares en Bucaramanga han generado una cantidad significativa de empleo a lo largo de los años. Estas empresas emplean a artesanos y orfebres locales, brindándoles oportunidades laborales y el espacio para desarrollar y perfeccionar sus habilidades en la fabricación de joyas. Este empleo contribuye a la reducción del desempleo en la ciudad y al fortalecimiento del tejido social y económico.

Cabe resaltar que estas empresas joyeras familiares, con el paso de los años y el desarrollo y amplitud de las inversiones, han dado un paso significativo, consolidándose en empresas de mayor tamaño y con una administración más compleja cambiando así su categorización e identificación ante las autoridades económicas locales.

Según los datos obtenidos en la muestra analizada para esta caracterización se encontró que del total de las 35

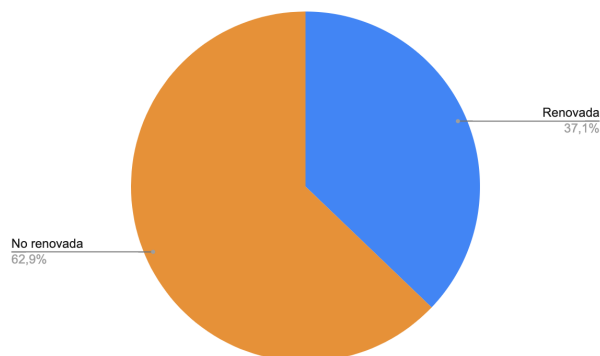
empresas que brindaron información el 31% de estas son empresas familiares y el 69% son empresas privadas, lo que muestra un crecimiento de las empresas familiares, amplitud, desarrollo e innovación.

Algunas empresas familiares juegan un papel importante en la promoción y preservación de la artesanía local. Estas empresas valoran en demasía su tradición joyera e identidad cultural y trabajan con materiales autóctonos, como el oro y las esmeraldas, que son abundantes en la región. Al producir joyas únicas y de alta calidad, contribuyen al reconocimiento y la apreciación de la artesanía local tanto a nivel nacional como internacional. Lo que hace innecesario el paso a una amplitud en su empresa valorando los procesos artesanales y tradicionales, más que los retos que enfrenta la era moderna y la empresa privada; es decir, se prioriza la calidad que la masificación de productos.

Es importante resaltar la contribución de las empresas joyeras familiares al sector turístico de Bucaramanga. Según Hernández y Ramírez (2020), la calidad y el atractivo estético de la joyería local son un factor de atracción para muchos turistas. Estos visitantes no solo generan ingresos directos para la industria joyera a través de la compra de piezas únicas como souvenirs, sino que también dinamizan la economía local al consumir servicios de hotelería, restauración y otros afines.

Figura 3

Empresas con matrículas renovadas en Cámara de Comercio en 2023 en Bucaramanga



Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

La actividad empresarial del sector joyero en Bucaramanga, representada en la Figura 3, evidencia una marcada disparidad entre las empresas que renuevan su matrícula mercantil y aquellas que no lo hacen. Un 63% de las empresas (22 unidades) se encuentra en estado de no renovación, contrastando con el 37% (13 empresas) que sí cumplió con este requisito. Esta diferencia porcentual sugiere implicaciones importantes para la sostenibilidad y la viabilidad futura tanto de las empresas individuales como del sector joyero en Bucaramanga. Por lo tanto, la alta tasa de no renovación de matrículas podría indicar un fenómeno de abandono del sector joyero en Bucaramanga, posiblemente motivado por la falta de rentabilidad. Esta situación podría ser consecuencia de factores como la competencia desleal de la joyería de contrabando, bisutería y artículos de oro laminado de menor costo, provenientes de mercados externos como China, entre otros (Restrepo, 2004)

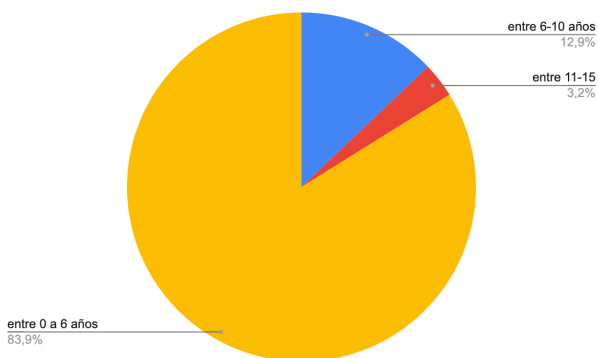
Afortunadamente, se observa una creciente conciencia en la dirección de las empresas joyeras sobre la necesidad de abordar las problemáticas inherentes a su contexto organizacional (Amado, 2023). La falta de capacidad administrativa y gerencial, es un desafío común en las empresas que no cuentan con la preparación formal en estas áreas (Glade, sf.), puede generar confusión y obstaculizar el logro de los objetivos empresariales. Asimismo, la ausencia de unos procesos definidos y controlados puede conducir a inconsistencias y comprometer el éxito de las negociaciones.

Atendiendo al párrafo anterior, para revitalizar el sector joyero resulta necesario trascender la mera tradición artesanal y adoptar una visión empresarial más moderna y competitiva. Esto implica, una transformación profunda en la gestión, dejando atrás la concepción de un simple “negocio informal” para abrazar modelos organizacionales robustos y estratégicos. Sólo a través de esta profesionalización, que abarque desde la planificación y el marketing hasta la gestión financiera y la innovación, se podrá impulsar un crecimiento sostenible y asegurar la relevancia del sector en un mercado global dinámico y exigente (Santana y Becerra, 2024).

Pero lo más interesante de esta toma de posiciones para afrontar la crisis, es que el empresario de la joyería ha visto la necesidad de fortalecer el negocio y ha observado que es necesario juntar voluntades, para que la joyería se fortalezca gremialmente construyendo un conglomerado o clúster de la joyería, para tomar decisiones con todo el sector (Mujica, Amaya y Gonzalez, 2010).

Figura 4

Antigüedad de la empresa por fecha de constitución



Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

La figura 4 devela que, como empresa, la joyería, apenas llega a más de 16 años de antigüedad en la ciudad de Bucaramanga, el crecimiento ha sido paulatino, pues solo cuatro (4) empresas se constituyeron entre los 6-10 años (12.9%); una (1) entre los 11-15 años (3.2%), mientras el punto más alto se dio entre 0 a 6 años, con 26 empresas (83.9%). Lo que nos permite inferir que el sector relativamente es nuevo en cuanto al tiempo de constitución legal de las empresas que lo componen. Es decir, que más del 80% de las empresas que hacen parte del sector joyero en Bucaramanga no superan los 6 años de constitución y por ende de antigüedad.

La ausencia de una perspectiva de gestión gerencial en el manejo del negocio de la joyería ha tenido como conse-

cuencia una dilatada formalización empresarial en el sector (Rojo, 2023). Esta falta de adopción de principios administrativos ha mantenido a numerosas joyerías operando bajo esquemas informales durante un tiempo considerable.

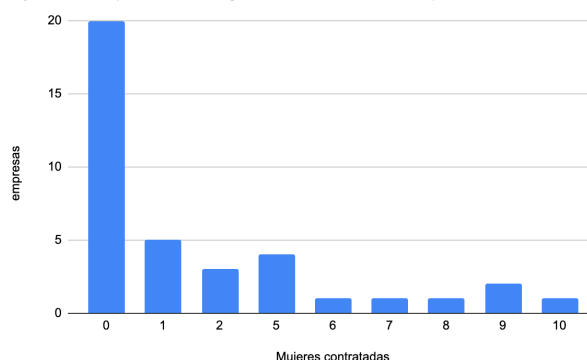
Al revisar la trayectoria del sector joyero en Bucaramanga y su área metropolitana, se evidencia una dinámica marcada por fluctuaciones económicas, un ciclo de altibajos que si bien sugiere vulnerabilidad, también revela una notable capacidad de resiliencia ante las diversas crisis que afectan su cadena productiva. Un factor crítico que emerge de este análisis es la baja productividad de los fabricantes, directamente relacionada con la calidad de sus insumos. La utilización de oro de origen informal o de calidad inferior (“oro matute”) compromete la durabilidad y el valor del producto final, impactando negativamente la competitividad del sector (Goñi, Sabogal y Asmat, 2014); lo cual se puede entender como un área a mejorar de este sector.

Pero podemos afirmar que la joyería en Bucaramanga, se refiere sin duda a empresas familiares que colaboran con el proceso de generar desarrollo en la sociedad y en la ciudad. Debido a ello, en principio las personas tuvieron la necesidad de asociarse de acuerdo a las diferentes funciones que podían desempeñar, con lo cuál era el secreto de la supervivencia en la precariedad de épocas anteriores, entendiéndose que, el ser humano se agrupaba para poder colaborar entre sí, con la finalidad del poder alcanzar un objetivo grupal, en esos casos específicos el de la supervivencia (Gore, 2012).

En ese sentido, debemos destacar que el 85% de las sociedades constituidas en Colombia son familiares, con lo cual se refleja que el grupo de MiPymes familiares aportan de manera significativa a la actividad económica del país. Por otra parte, en países como India, Suecia, Polonia, Francia, Alemania, Brasil y Estados Unidos (Pinzón y Turizo, 2020) las empresas familiares desempeñan un rol notable en la economía en cuanto a generación de ingresos, creación de empleo y contribución al PIB, su permanencia en el tiempo y el sector de la minería y en este particular caso, el de la joyería no sería la excepción (Rave et al., 2022).

Figura 5

Mujeres empleadas según tamaño de empresa



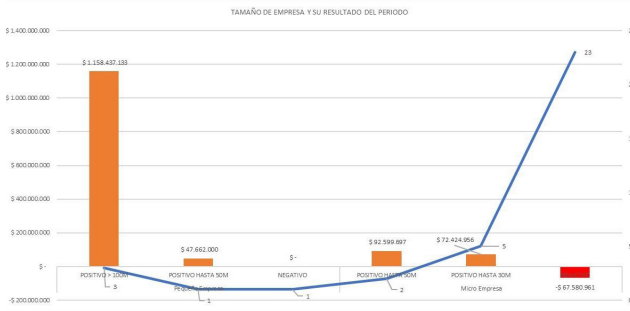
Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

La Figura 5, revela una marcada disparidad de género en la composición laboral de las empresas participantes. Un preocupante 57% de la muestra (20 empresas) no cuenta con ninguna mujer contratada. Si bien un 14% (cinco empresas) emplea al menos a una mujer; la representación femeni-

na en el resto de las organizaciones es variable. En general, los datos sugieren una participación femenina en el sector que, aunque presente, dista de alcanzar una representación equitativa.

Figura 6

Tamaño de la empresa por valor de su estado de resultados



Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

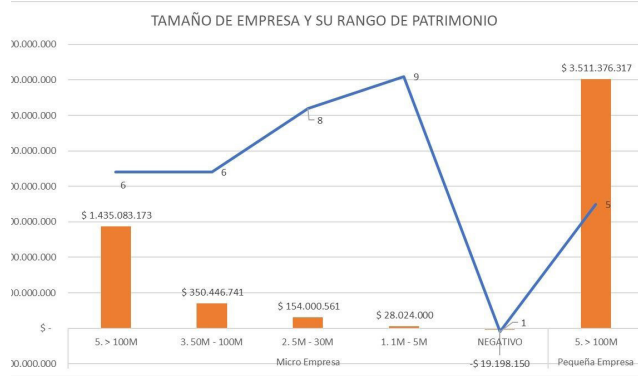
La Figura 6 revela una situación financiera desafiante para la mayoría de las empresas participantes del sector joyero de Bucaramanga al cierre del año 2022, con un 66% reportando resultados negativos. Solo un 34% de las empresas, según la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, logró mantener una operación con resultados positivos en el año 2023. Este reducido grupo de tres empresas, a pesar de las dificultades financieras generales, concentró aproximadamente el 23% del valor total de ventas, alcanzando cerca de \$1.200.000.000 de pesos colombianos durante ese periodo. Posiblemente la sostenibilidad del sector también se vio golpeada por el COVID-19 y sus consecuencias a nivel empresarial, local y mundial y para el sector joyero lograr superar la crisis no ha sido fácil.

En este sentido, De la Hoz, Díaz y Escorcía (2020), nos hablan de la necesidad de mejorar los procesos de generación de información en los procesos contables, que permiten la automatización de las operaciones de negocios, donde se han requerido adaptación según el estándar NIIF como garantía de generación de información válida acorde a lo establecido en el cuerpo de normas de información, elemento que nos permite poder tomar mejores decisiones en materia financiera y contable con la ayuda de software administrativos-contables ideales para tal fin, con tal de ser más eficientes en procura de mejorar el sector.

Es esta una de las salidas de mayor conveniencia para el negocio de la joyería que empezará a verse más frontal como empresa, pues como clúster, en adelante los beneficios serán comunes, como empresas interrelacionadas, que continuarán tomando decisiones estratégicamente para que el negocio mejore y pueda afrontar con mayor fortaleza las dificultades que se presenten (Mujica, Amaya y Gonzalez, 2010).

Figura 7

Tamaño de la empresa por valor de su patrimonio



Fuente: Elaboración propia con base a los datos recabados de la Cámara de comercio de Bucaramanga (2023).

En la figura 7 podemos observar que el mayor rango de patrimonio está sobre los \$2.000.000.000 millones de pesos colombianos, alcanzado por seis empresas, evento que demuestra su solidez económica.

La caracterización de las empresas joyeras de Bucaramanga, Colombia, revela la importancia socioeconómica de este sector en la región. El análisis del contexto socioeconómico, la estructura empresarial, la cadena de suministros, los retos y oportunidades proporcionan una visión integral de las empresas joyeras en Bucaramanga. Esta caracterización sirve como base para el desarrollo de estrategias y políticas que promuevan la competitividad, la sostenibilidad y el crecimiento sostenido de las empresas joyeras en la región.

La minería como actividad económica ha generado la explotación del oro y en este sector por lo general se otorgan licencias a empresas multinacionales o nacionales, generando ingresos al Estado colombiano para el bienestar de las comunidades; sin embargo, como actividad artesanal de forma ilegal, también se presenta el fenómeno de la explotación y comercialización de contrabando, evadiendo impuestos, así como los atentados contra el medio ambiente, hecho que desfavorece la generación de empleo, bienestar social y el emprendimiento empresarial para el beneficio y desarrollo de las localidades (Carrascal, 2009).

Análisis de Resultados

En la caracterización del sector de la joyería en Bucaramanga, Colombia, abordando su contexto socioeconómico y explorando sus perspectivas futuras, se puede encontrar que geográficamente y desde una perspectiva cultural, Bucaramanga se distingue por su proximidad a la actividad minera artesanal en la provincia de Sotónorte, adyacente al Páramo de Santurbán. Asimismo, la región alberga una rica tradición ancestral en la elaboración de joyas, legado de culturas prehispánicas como la muisca y la guane. La orfebrería muisca, en particular, ha ejercido influencia en comunidades vecinas, lo que ha favorecido el desarrollo del sector joyero local.

En cuanto a su importancia económica, el sector joyero en Bucaramanga se ha consolidado como una actividad comercial próspera y una fuente significativa de empleo en

la región. Su dinamismo contribuye al crecimiento y desarrollo económico local, generando ingresos tanto para las empresas como para sus trabajadores. Adicionalmente, se identifica un notable potencial de expansión hacia mercados de exportación y la posibilidad de participar en tratados de libre comercio con otros países.

El análisis de las empresas joyeras en Bucaramanga revela una heterogeneidad en su tipología, abarcando desde talleres artesanales hasta unidades productivas semi-industrializadas. Predominan las micro y pequeñas empresas, siendo las empresas familiares un componente significativo del tejido empresarial del sector en la región.

En cuanto al ámbito financiero y fiscal, el estudio subraya la relevancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias. Se identifica la necesidad de facilitar el acceso a financiamiento formal para potenciar la productividad y los ingresos de las empresas familiares. El análisis financiero realizado ofrece una perspectiva actualizada sobre la rentabilidad y el desempeño económico del sector en Bucaramanga, incluso considerando el contexto de crisis económica nacional.

La equidad de género constituye otro eje de análisis, investigándose la participación de las mujeres tanto en roles de liderazgo como en la fuerza laboral general del sector joyero. Este aspecto resulta crucial para evaluar la igualdad de oportunidades y comprender la contribución femenina al desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

La inclusión de mujeres en roles de liderazgo y cómo empleadas en la industria joyera no es solo una cuestión de equidad, sino una estrategia comercial probada que impulsa el crecimiento y la innovación. Diversos estudios resaltan la influencia dominante de las mujeres en las decisiones de compra de joyería. Un informe de De Beers (2023), subraya que las mujeres siguen siendo las principales compradoras de joyas de diamantes para sí mismas, representando una parte significativa del mercado de consumo. Esta tendencia indica que el segmento de joyería femenina es consistentemente el de mayor tamaño y crecimiento dentro del mercado global. Así mismo, la participación femenina en la fuerza laboral, particularmente en puestos de liderazgo, se correlaciona directamente con el aumento de la rentabilidad, señala un estudio de Dixon et al. (2020), que encontró que las empresas con una mayor diversidad de género en sus equipos ejecutivos tienen un 25% más de probabilidades de superar a sus competidores en rentabilidad. Por lo tanto, al tener mujeres en posiciones clave que entienden intrínsecamente las preferencias y tendencias del mercado femenino, las empresas joyeras pueden diseñar productos más atractivos, desarrollar estrategias de marketing más efectivas y, en última instancia, aumentar su cuota de mercado y rentabilidad.

Esto plantea un gran reto en el sector joyero de Colombia, donde debe empezar a darse un lugar más relevante a la mujer dentro de la industria, no solo como compradora sino ampliar su participación en estas empresas.

En Colombia, existen leyes que buscan promover la participación femenina en la esfera pública, como la Ley 581 de 2000 (Ley de Cuotas) y la Ley 823 de 2003 sobre igualdad de oportunidades. Adicionalmente, la Ley 1434 de 2011 creó la Comisión Legal para la Equidad de la Mujer en el Congreso. No obstante, la equidad de género aún no se ha integrado al Código de Buen Gobierno Corporativo colombiano. A pe-

sar de la existencia de leyes y políticas orientadas a fomentar la equidad de género, la industria joyera, particularmente en el contexto colombiano, sigue mostrando un déficit significativo en el cumplimiento de estas cuotas.

Diversos estudios en esta área sugieren que una mayor representación femenina en los consejos de administración se asocia con un gobierno corporativo más robusto y una consideración más amplia de los stakeholders. Además, las mujeres en roles directivos tienden a priorizar la innovación y la sostenibilidad en la evaluación del desempeño organizacional, y muestran una mayor inclinación a adoptar códigos de conducta en comparación con sus colegas masculinos. En consecuencia, la presencia femenina en el liderazgo impacta positivamente la efectividad del gobierno corporativo y la toma de decisiones estratégicas (Reyes-Bastidas & Briano-Turrent, 2018).

Respecto a las perspectivas futuras, se destaca el potencial de crecimiento y expansión del sector joyero bumangués. Se vislumbra la oportunidad de ampliar los mercados de exportación y fortalecer tecnológicamente los talleres artesanales del área metropolitana. Asimismo, se resalta la importancia de la utilización de insumos provenientes de la minería formal y con prácticas ambientales responsables para asegurar la calidad y durabilidad de las joyas producidas.

En síntesis, el análisis evidencia que el sector joyero en Bucaramanga se ha consolidado como una importante fuente de empleo y un contribuyente al desarrollo económico local. La diversidad empresarial, la relevancia del cumplimiento fiscal, la equidad de género y la adopción tecnológica se erigen como elementos clave para la trayectoria futura del sector. Este estudio sienta una base sólida para la comprensión de las características y dinámicas del sector, facilitando la formulación de estrategias efectivas para su fortalecimiento y promoción a nivel local.

Discusión

El presente estudio realizó una caracterización exhaustiva de las empresas dedicadas a la joyería en Bucaramanga, utilizando la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio local. El análisis detallado de la información recopilada permitió derivar conclusiones significativas para comprender el contexto socioeconómico actual y las perspectivas futuras del sector joyero regional. A continuación, se presentan los principales hallazgos de esta investigación.

El sector joyero de Bucaramanga se fundamenta en una sólida herencia ancestral y una profunda tradición artesanal, por tanto aporta una riqueza del patrimonio cultural y artesanal de Colombia. La influencia estética y la sofisticación de las culturas prehispánicas muisca y guane son elementos distintivos de la alta calidad de las creaciones joyeras locales.

La proximidad geográfica a la provincia de Sotónorte, en el Páramo de Santurbán, ha históricamente favorecido el desarrollo del sector joyero, al constituir la minería artesanal de oro una fuente relevante de materia prima para la producción.

Por otro lado, una característica sobresaliente del tejido empresarial joyero en Bucaramanga es la marcada presencia de las empresas familiares. La transmisión interge-

neracional de conocimientos especializados y habilidades artesanales ha sido un factor crucial en el crecimiento y la calidad reconocida del sector.

Posiblemente, por el hecho de la marcada tendencia de empresas familiares y su tradición y cultura es la causa principal de que a pesar de la existencia de leyes y políticas orientadas a fomentar la equidad de género, la industria joyera, particularmente en el contexto colombiano, sigue mostrando un déficit significativo en el cumplimiento de estas cuotas. Esta brecha se traduce en una subrepresentación femenina en puestos clave y en la fuerza laboral general del sector, lo que podría estar limitando su verdadero potencial de crecimiento. Aunque el mercado joyero ha experimentado una expansión, es plausible que no esté alcanzando la velocidad o magnitud que lograría si se capitalizara plenamente la perspectiva y el poder adquisitivo femenino, tanto en su fuerza laboral como en su liderazgo. La falta de equidad no solo es una cuestión de justicia social, sino también una oportunidad de negocio desaprovechada que podría traducirse en un crecimiento más robusto y una mayor innovación para la industria.

Actualmente, el sector enfrenta retos significativos derivados de la informalidad, el contrabando y la competencia de productos de menor costo como el acero inoxidable. Estos factores impactan la calidad de los insumos y dificultan los procesos de producción y comercialización. Sin embargo, estos retos pueden deberse a diversos planteamientos del contexto económico como la pobreza y como dicha actividad puede llegar a verse únicamente como una estrategia de supervivencia, o también podríamos preguntarnos ¿por qué persisten estos problemas? teniendo en cuenta los actores involucrados como la Cámara de Comercio, Alcaldías locales y las facilidades que se le están dando o que podrían darles a los artesanos para mejorar su situación actual.

Por tanto, para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento del sector, resulta esencial implementar estrategias de fortalecimiento organizacional. Esto implica la mejora de la gestión empresarial, la adopción de estrategias de mercado efectivas y la incorporación de tecnologías que optimicen la capacidad productiva y eleven los estándares de calidad.

Así mismo, la formación de un clúster joyero en Bucaramanga emerge como una estrategia con potencial para dinamizar el sector (Mujica, Amaya y Gonzalez, 2010). Esta iniciativa facilitaría la toma de decisiones coordinadas, la generación de sinergias y la promoción de la colaboración y la competitividad entre las empresas.

El sector joyero bumangués posee un considerable potencial para expandirse hacia mercados internacionales. La calidad de los materiales y la originalidad del diseño de las joyas locales representan atributos valiosos para atraer a compradores extranjeros, impulsando así el crecimiento económico y la creación de empleo en la región.

Finalmente, es fundamental fortalecer la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector. Esto incluye la promoción de la sostenibilidad en los procesos productivos, el cumplimiento normativo y la contribución activa al bienestar de la comunidad y al desarrollo local.

En resumen, la caracterización del sector joyero en Bucaramanga revela una rica herencia cultural y artesanal, la

importancia de las empresas familiares y la presencia de desafíos significativos. No obstante, también se identifican oportunidades estratégicas para el fortalecimiento organizacional, la colaboración a través de un clúster y la expansión hacia mercados internacionales. Estas conclusiones, proporcionan una comprensión integral del contexto socioeconómico del sector y sientan las bases para la formulación de estrategias efectivas que impulsen su crecimiento y desarrollo sostenible.

Referencias

1. Amado, M. (2023). Implementación del plan comercial y digital para el crecimiento de ventas a partir del PMBOK en las empresas Garrido Joyas. Trabajo de grado Especialización en gerencia integral de proyectos. Universidad Militar Nueva Granada.
2. Arcila, G. (1947). Arqueología de la paz y el Alto Opón, Medellín. Cuadernillos de la revista Universidad de Antioquia, 83, 419-441.
3. Ávila Pérez, C. A., Sánchez Yañez, D. M., & Varón Lozano, Y. G. (2017). Orfebrería en la Cultura Muisca. Análisis y descripción de la cadena operatoria con matriz lítica. Biblioteca Universidad Pedagógica Nacional Koha. https://catalogo.upn.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=200114&query_desc=an%3A143692
4. BaricharaVive. (2025, febrero 19). Mi Esquina Barichara. <https://baricharavive.com/portfolio-items/mi-esquina-barichara/>
5. Cáceres, S. (2021). Estrategia de Internacionalización de la empresa Vekior Joyeros para el Estado de la Florida, Estados Unidos. Tesis de grado para obtener título en negocios internacionales. Universidad Autónoma de Bucaramanga. chrome-extension://efaidnbnmnibpcjgclclefindmkaj/https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/15136/2021_Tesis_Sergio_Fernando_Caceres_Sanmiguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
6. Calderón, J. (2023). Impresoras 3D para aumentar las exportaciones de joyería. Trabajo de grado para optar al título de negociador internacional. Universidad Agustiniana. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/items/2f3ec6e2-a29f-4ca8-81c9-a7f413baad9c>
7. Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2020). Balance Exportaciones de Santander I semestre de 2020 <https://www.camaradirecta.com/institucional/47-informes-de-gestion-evaluacion-y-auditoria/informes-ley-de-transparencia/>
8. Carrascal, S. (2009). Plan de exportación de joyería colombiana al mercado de los Estados Unidos. Tesis de pregrado de administración de empresas. Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/items/725564c1-5ab9-4943-956c-d0c8cd5bd1bd>
9. Carrillo, T., Urrea, M., Tereso, L., y Verdugo, L. (2022). Áreas de Responsabilidad Social Empresarial en empresas sinaloenses: Un análisis desde la innovación social. Revista de Ciencias Sociales, 28, 352-363. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38851>
10. Cleri, C. (2013). El Libro de las Pymes. Granica.
11. De Beers group. (2023). Diamond insight report. China, the outlook opportunities for diamonds. <https://www.debeersgroup.com/reports/insights/the-dia>

mond-insight-report-2023

12. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2021). Encuesta Anual Manufacturera.
13. De la Hoz Suarez, A., Díaz Alonso, R., y Escorcía Guzmán, J. (2020). Normas Internacionales de Información Financiera: aplicación del estándar a las operaciones empresariales en Colombia. *Revista Venezolana de gerencia*, 25(89), 294-311. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31392>
14. Dixon, S., Dolan, K., Hunt, D. & Prince, S. (2020). Diversity wins: how inclusion matters. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-wins-how-inclusion-matters>
15. Echeverry, C., y Siza, S. (2017). Plan de mejoramiento para la empresa de joyería CR Joyeros en Bucaramanga. Tesis de grado en Gestión empresarial. Universidad Industrial de Santander. <https://noesis.uis.edu.co/items/2edc3c99-10bb-4b7a-b79c-1fdbd1fe4fd2>
16. FECHAC (Fundación del empresariado Chihuahuaense A.C.). (s.f.). Instrumento de autodiagnóstico para las empresas. RSE Responsabilidad Social Empresarial. <https://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/capacitacion/recursos/rse-instrumento-de-autodiagnostico-para-las-empresas>
17. Galán, M. (1947) Geografía económica de Colombia - Santander. Tomo VIII. Contraloría General de la República.
18. Galván, A., Delgado, J., y García, F. (2021). Impacto de la estrategia de diversificación en el valor de las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 169-184. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36763>
19. Glade Reyes, A. E (s, f.) El arte de la orfebrería y su negocio la joyería. <https://orfebreaalejandrogade.blogspot.com/>
20. Goñi, E., Sabogal, A. y Asmat, R. (2014). Minería informal aurífera en Colombia. Principales resultados del levantamiento de la línea de base. IDB y Fededesarrollo Centro de investigación económica social.
21. Gore, E. (2012). El próximo Management, acción práctica y aprendizaje. Management conocimiento. Gránica.
22. Gutiérrez, J. M., Romero, J., Díaz, M. G., y Sulbarán, N. (2018). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 23(4), 98-107. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/25140>
23. Hernández, R., y Ramírez, C. (2020). El impacto de las empresas joyeras familiares en el turismo de Bucaramanga. *Journal of Tourism Research*, 17(1), 112-128.
24. Langebaek, C. (1986). Las ofrendas en los Andes septentrionales de influencia chibcha: el caso de un ofrendatario Muisca encontrado en Fontibón. Banco de la República de Colombia Biblioteca Virtual: Boletín Museo del oro. 16, 104. <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/bmo/article/view/7246/7510>
25. Ley 581 de 2000. (2000). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5367>
26. Ley 590 de 2000. (2000). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
27. Ley 823 de 2003. (2003). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8787>
28. Ley 1434 de 2011. (2011). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41207>
29. Lleras, R. (1986) Un conjunto orfebre asociado a la cerámica Guane. *Revista Colombiana de Antropología*. 26, 45-81. <https://doi.org/10.22380/2539472X.1573>
30. Martínez, J. (2018). El impacto de las empresas joyeras familiares en el empleo en Bucaramanga. *Revista de Economía Local*, 25(2), 45-62.
31. Mujica, C., Amaya, A., y Gonzalez, A. (2010). Documentación del clúster de joyería de Santander. Tesis de grado Administración de empresas. Universitaria de investigación y desarrollo UDI. [chrome-extension://efaid-nbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.udi.edu.co/images/investigaciones/publicaciones/libros/porter/09/Libro-DocumentaciondelClusterdeJoyeriaddeSantander.pdf](https://www.udi.edu.co/images/investigaciones/publicaciones/libros/porter/09/Libro-DocumentaciondelClusterdeJoyeriaddeSantander.pdf)
32. Penagos, J. (1980). Antecedentes de la joyería en Santander. Editorial: Bedout.
33. Pinzón, S. y Turizo, L. (2020). Análisis de la competitividad socioeconómica de la actividad joyera en el centro comercial la isla de la ciudad de Bucaramanga. Tesis de grado en administración de empresas. Unidades tecnológicas de Santander. [chrome-extension://efaid-nbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1854/RDC%2095.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1854/RDC%2095.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
34. Rave, E. D., Moreno, J. E., Montoya, C. A., y Bedyoya, D. C. (2022). Proceso de sucesión en Mipymes familiares colombianas: estudio de casos múltiples. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(99), 1264-1279. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.26>
35. Restrepo, T. (2004). Diseño de plan estratégico para la creación de microempresa joyera en el departamento del Chocó. Tesis de grado de Ingeniería administrativa. Escuela de ingeniería de Antioquia. <https://repositorio.eia.edu.co/entities/publication/7c23ce7b-1852-472c-b23e-31eb043e7f82>
36. Reyes-Bastidas, C. & Briano-Turrent, G. del C. (2018). Women in leadership positions and corporate sustainability: Evidence on listed companies from Colombia and Chile. *Estudios Gerenciales*, 34(149). <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2877>
37. Rivera-Álvarez, L., Hernández-Calzada, M. y Pérez-Hernández, C. (2023). Riqueza socioemocional en la implementación de Objetivos de Desarrollo Sostenible en empresas familiares. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(102), 713-733. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.17>
38. Romero, J., Gutiérrez, J., Barrios, J., y Núñez, O. (2022). Financiamiento de micro y pequeñas empresas familiares del sector confección de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(4), 230-244. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i4.39127>
39. Romero, J., Gutiérrez, J., Barrios, J. y Núñez, O. (2022). Financiamiento a corto plazo de las micro y pequeñas empresas familiares del sector confección. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(8), 1382-1400. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.1382>

org/10.52080/rvgluz.27.8.41

40. Romero, J., y Zabala, K. (2019). Planificación estratégica financiera en las cadenas de farmacias familiares del estado Zulia-Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(4), 9-25. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/24906>

41. Rojo, L. (2023). Avances y retos de la profesionalización de la gestión cultural en la ciudad de resistencia: análisis desde la perspectiva y prácticas del gestor cultural. Trabajo de grado Facultad de Artes, diseño y ciencias de la cultura. Universidad Nacional del Nordeste. <https://repositorio.unne.edu.ar/handle/123456789/53238>

42. Sánchez, L., Prada, N. y Franco, C. (2021). Estudio de mercados del sector de la joyería en la ciudad de Bucaramanga año 2021. Repositorio Institucional RI-UTS. Unidades Tecnológicas de Santander. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/6474>

43. Santana, D. y Becerra, M. (2024). Análisis de la industria de la moda del lujo. Tesis de grado en contabilidad y finanzas. Universidad de la laguna.

44. Vesga, M. (2018). Apuntes sobre la joyería en Colombia: una perspectiva desde el arte y el negocio. Cuadernos económicos de ICE