



Año 25 No. 89

Enero - Marzo 2020

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

Diagnóstico de las organizaciones solidarias del sector artístico-cultural en Córdoba y Sucre¹

González Vergara, Martha Elena²
Huertas Cardozo, Netty³
Lugo Hernández, Emily Andrea⁴

Resumen

Este estudio desde las industrias creativas y de economía solidaria, tuvo como objetivo diagnosticar las organizaciones solidarias artístico-culturales en los departamentos de Colombia, Córdoba y Sucre; para lo cual se realizó la revisión de los factores externos e internos, en pro de ampliar posibles cauces en su desarrollo; se aplicaron los cuestionarios asistidos validados por Artesanías de Colombia y el de entidades solidarias empresariales de Alfaro (2017) para 103 entidades. En los resultados de la matriz diagnóstica los factores externos tuvieron puntuación de 2,9 e internos 2,56; indicando que se encuentran por debajo del nivel promedio de las industrias culturales. En la síntesis de factores estratégicos el resultado fue 3.0, dentro del promedio de la industria cultural; se destacan en lo interno, la pluralidad y diversidad étnica en la composición de los asociados, alta creatividad y mediana experiencia. Los principales hallazgos para lo externo, permiten recomendar en el corto plazo participar en el programa integral de intervención solidaria cooperativa rural, participación en el

Recibido: 18-09-19 Aceptado: 13-12-19

¹ Esta investigación, corresponde al proyecto de investigación No.03 Diagnóstico de las organizaciones solidarias del sector artístico-cultural en Córdoba y Sucre.

² González Vergara, Martha Elena. Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Especialista en Gerencia de Mercadeo Administradora de Empresas. Docente e Investigadora GIAEC E-mail: corposucre.martha_gonzalez@corposucre.edu.co. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6770-8770>.

³ Docente investigadora del Instituto de Estudios para el Desarrollo – Universidad Tecnológica de Bolívar (Colombia). Doctora en Turismo, Derecho y Empresas. Magíster en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Magíster en Administración. Especialista en Finanzas y Administradora de Empresas. Correo institucional: E-mail: nhuertas@utb.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3854-8058>.

⁴ Economista. Especialista en Estadística Aplicada. Magíster en Desarrollo y Cultura. Líder del grupo de Investigación GIAEC de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre (Corposucre). Contacto: +573002750203. E-mail: emily_lugo@corposucre.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2154-0888>

turismo desde la perspectiva cultural y de patrimonio promoviendo vocaciones creativas. Futuras investigaciones deberían plantearse desde el desarrollo de capacidades en innovación e inteligencia sostenible.

Palabras clave: diagnóstico; organizaciones solidarias; organizaciones artístico culturales.

Diagnosis of solidarity organizations of the artistic-cultural sector in Córdoba and Sucre

Abstract

This study from the creative and solidarity economy industries, aimed to diagnose the artistic-cultural solidarity organizations in the Colombia's department Córdoba and Sucre, by reviewing external and internal factors, to expand possible channels in their development; the assisted questionnaires validated by Artesanías de Colombia and the business solidarity entities of Alfaro (2017) were applied in 103 entities. In the results of the diagnostic matrix, external factors had a score of 2.9 and internal factors 2.56; indicating that they are below the average level of cultural industries. In the synthesis of strategic factors the result was 3.0, within the average of the cultural industry; internally, the plurality and ethnic diversity in the composition of the associates, high creativity and medium expertise stand out. The main findings for the external, allow to recommend in the short term to participate in the integral program of rural cooperative solidarity intervention, participation in tourism from the cultural and heritage perspective promoting creative vocations. Future research should be considered from the development of capacities in innovation and sustainable intelligence.

Keywords: Diagnosis; Solidarity organizations; Artistic cultural organizations.

1. Introducción

Con el presente proyecto investigativo se realizó el diagnóstico de las empresas de organizaciones solidarias del Sector Artístico-Cultural y Artesanal en Córdoba y Sucre, dos departamentos de Colombia, con características similares; para ello se revisaron las condiciones de constitución, características de

la composición de los asociados y funcionamiento de las organizaciones, desde las perspectivas internas en las áreas socioeconómica, estructural, legal, elementos de innovación, entre otros y la disponibilidad externa para el mejoramiento de las mismas con el fin de estipular ¿Cómo son los niveles de los factores externos e internos para el desarrollo de las organizaciones solidarias del sector artístico cultural en

Córdoba y Sucre?

El contexto solidario artesanal, estuvo documentado por la Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal (RITFA) conformada por Colombia (país coordinador) Argentina, Chile, Ecuador, Venezuela, República Dominicana y México; la caracterización de organizaciones artesanales en los países conformantes determinó limitaciones como: escasa o nula estandarización de procesos, producción en pocas cantidades, organizaciones no estratégicas ante la competencia, poca claridad sobre políticas de fomento y apoyo, tendencia a disminución cooperativa entre agentes de desarrollo local, con relaciones receptivas asistencialista en las subvenciones (Uribe, Blanco, & Ortiz, 2012).

Mediante el diagnóstico de ésta investigación, se examinaron las posibles aproximaciones hacia conexiones de articulación con programas externos en el contexto local, nacional e internacional; teniendo en cuenta que en la zona objeto de estudio existen limitaciones para el desarrollo en los municipios principales y en las zonas rurales, pero también se encuentran posibilidades de flujos y conexiones, oportunidades y tendencias, conectividad, movilidad y diversidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, 2013) que pudieran gestar un posible impulso para avanzar, desde la perspectiva de investigación.

La metodología de la investigación, es de enfoque descriptivo de acuerdo con la concepción de Hernández, Fernández & Baptista (2010: 60). Esta orientación describe situaciones y eventos, es decir, cómo son y cómo se comportan determinados fenómenos;

en este caso se refiere a la situación de las organizaciones solidarias; de corte transversal, puesto que las variables son identificadas en un punto en el tiempo determinado. La delimitación de la población estuvo basada en la última fecha de corte de empresas activas del sector por municipios -según registro de Cámara de Comercio para abril de 2019-, que comprendieron los años 2018-2019. El muestreo fue por conveniencia: formada por los casos disponibles (organizaciones) a las cuales se tuvo acceso y según la clasificación establecido en Colombia, por la Ley Naranja. Los cuestionarios se realizaron de forma asistida y personalizada con el Representante Legal o un delegado por éste que tuviese amplio conocimiento sobre la empresa, en 10 municipios de Sucre en 36 entidades y 12 municipios en Córdoba para 67 organizaciones, un total de 103 empresas.

Durante una primera etapa se realizó una revisión documental desde el marco establecido en la Unidad Administrativa de Organizaciones Solidarias en Colombia, para el fomento de la Economía Solidaria en territorios rurales y la clasificación de las mismas por la Cámara de Comercio, en Sucre y Córdoba. El instrumento de recolección de información usado fue el *cuestionario artesanal del sistema de Información estadístico de la actividad artesanal* con las dimensiones para la caracterización y el *cuestionario adaptado en las asociaciones empresariales como motores de la innovación estratégica en las empresas*, con el que se caracterizaron para éste artículo los servicios ofrecidos y algunas de las variables EFI de Alfaro (2017).

Para la revisión diagnóstica de los factores externos (EFE) e internos (EFI), se hizo acorde con la clasificación

diagnóstica de Fred (2003: 120), listando los resultados obtenidos de los factores internos que influyen en el desempeño de la organización, considerando el conjunto de habilidades y recursos que posee y no posee la institución, es decir las Fortalezas y Debilidades (matriz FODA), se asignó el rango de calificación desde 1 Malo hasta 5 Sobresaliente. El criterio de inclusión de variables fue sobre 20 factores, este número de factores no produjo ningún efecto en el total de los puntajes de valor, porque éstos sumaron siempre 1.0. El resto del procedimiento con ponderaciones y finalmente se relacionó con la síntesis estratégica.

2. Concepto y desarrollo para las industrias culturales y creativas

La fundamentación teórica general en esta artículo parte de la escuela de administración general desde Henri Fayol, James D. Mooney, Lyndall F. Urwick, Luter Gulick, entre otros, explicando las relaciones estructurales, en la anatomía y funcionamiento de las organizaciones (Catrillón, 2014: 44); la teoría de las organizaciones como sistemas cooperativos (Barnard, 1938: 110) y Jay Barney (1991), con la teoría de los recursos y las capacidades, explicando las fortalezas internas y externas de una organización (Hernandez H. , 2011: 41), como uno de los modelos teóricos que guía investigación en Gestión Estratégica (Fong, Flores, & Cardoza, 2017: 418).

El concepto de industrias culturales y creativas fue aceptado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la más utilizada en la Unión

Europea, pero manteniendo siempre como concepto más general actividades culturales y creativas, acorde con la Comisión Europea. Las discusiones se han dado alrededor de cuáles industrias incluir o no y su medición de participación en el Producto Interno Bruto, dando lugar a diferentes modelos tales como el de textos simbólicos y el de los círculos concéntricos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y el modelo del Instituto de Estadísticas de la Unesco, el cual incluye industrias en ámbitos culturales.

En común todos tienen los mismos términos de innovación y creatividad; como concepto de industria cultural o popular, desde 1930, hasta economía creativa o era digital de industrias culturales y creativas; los términos prevalecen en documentos en Europa y en otros países, sin embargo en algunos como Letonia, causan confusión sus políticas e interacciones (Moorea, 2014: 740). Otro estudio en Shanghai, incorpora el término ciudades creativas, donde el desarrollo está respaldado por una red empresarial multiescalar en alianzas, para dar lugar a la creatividad de la solución espacio-temporal institucional (Shenjing, 2019: 310).

Las "Industrias creativas" han surgido como un concepto universal de investigación y política, utilizado para la promoción del desarrollo económico de ciudades, regiones y países; si bien la literatura existente revela algunas consideraciones relativas al desarrollo, hay poco reconocimiento del potencial específico en sus características y en los supuestos de altos niveles de innovación y crecimiento que no puede confirmarse (Rozenale & Lavanga, 2014: 57).

En Colombia la "Ley Naranja", surgida desde la "Economía Naranja", ha suscitado posiciones a favor y en contra

en la economía de la cultura, que ya no será ajena a las tendencias globales de la macroeconomía, con creciente concentración del capital a través de fusiones de empresas y corporaciones más poderosas y la tendencia a la privatización de las industrias culturales (García, 2017). Si bien es una apuesta sectorial depende de muchos factores para su progreso y pudiera facultar a las entidades públicas a negociar la explotación comercial de sus activos intangibles y derechos de propiedad intelectual. (Villamil, 2019).

Las investigaciones han sugerido que para el desarrollo del sector, las industrias culturales pueden ampliar sus modos de colaboración, tanto formales como informales; en el que las fuentes heterogéneas de conocimiento son muy importantes, pero en menor grado su capacidad de absorción (Santoro, Bresciani, & Papa, 2018). En ese contexto, asociado al área comercial, las empresas pueden mostrar la capacidad de marketing de afuera hacia adentro y la influencia comercial positiva en el desempeño sólo si se transforman (AnelJifengMu, YongchuanBao, TejvirSekhon, JiayinQi, & Love, 2018: 45). Así, el factor importante de adopción en redes sociales, es fundamental para empresas manufactureras (artesanales) que deben tener coordinación, cooperación y coproducción, lo cual requiere una estrategia sistemática (Chirumalla, Koteswar, Oghazi, & Parida, 2017: 139).

3. Economía solidaria, industrias creativas artístico culturales: limitaciones y posibles soluciones

La discusión de algunas

investigaciones revisan el tema de solidaridad en relación con la desigualdad de ingresos (macro); como resultado de ello se concluye que en países más desiguales las personas están menos dispuestas a tomar medidas para mejorar las condiciones de vida de sus compatriotas (Paskov & Dewilde, 2012: 417). De allí surge el término *solidaridad intergeneracional*, junto con el paradigma de Bengtson que distingue formas afectivas, consensuales, asociativas, estructurales, funcionales y normativas que también se presentan en un contexto social (Bordone, 2015: 404). Por su parte, las investigaciones en términos de economía solidaria, se puntualizan bajo la premisa de proyectos de economía social solidaria, en las cuales se estudia su rendimiento y los nuevos desafíos hacia la disciplina de gestión, porque la literatura de investigación se ha encaminado a revisar desde el control de quienes los dirigen y trabajan en este contexto (Marier-Bienvenuea, Pellerina, Cassivib, & Lucc., 2017: 695).

Las dificultades de las industrias creativas son diversas. En términos legales, las marcas registradas son cada vez mayores y requieren indicadores para variedad de productos, pero con brechas de investigación para las industrias creativas y culturales; por tanto se ha sugerido dar lugar a una taxonomía de empresas con actitudes específicas y estratégicas hacia la marca registrada y para el uso de marcas comerciales (Castaldy, 2018: 607). De otro lado, las empresas y los gobiernos ven las industrias creativas como centros de innovación, experimentación gerencial, pioneras, economía de experiencia, con nuevas prácticas organizativas y comerciales; pero, ellas enfrentan niveles relativamente bajos de integración de la cadena de valor y problemas de empleo

y autoempleo (Lampel & Germain, 2016: 2330). Como posibles soluciones, esfuerzos de países como el gobierno del Reino Unido, ha tratado de maximizar el impacto de la economía creativa, mediante programas de intervención dirigida, con agencias intermediarias o un creativo, para profesionalización, capacitación y desarrollo de habilidades, a fin de mejorar la individualización y las precarias condiciones de trabajo que enfrentan los creativos (Munro, 2017: 15).

En ese panorama dentro de las industrias culturales y creativas las artesanías y las condiciones anteriores mencionadas son importantes para la producción artesanal, fuerza impulsora y estratégica como muchas otras formas de expresión de personas y culturas, ésta industria tiene un enorme valor en términos de historia, cultural y medios de producción (Santamaría & Lecuona, 2017: 28).

En un mundo de predominio urbano, las investigaciones afirman que existen estrategias que pueden mostrar que las regiones rurales (donde proliferan muchas expresiones artístico-artesanales) no son víctimas desafortunadas de las tendencias que conducen al triunfo urbano, sino que tienen el potencial de cosechar los beneficios de la aglomeración, una forma es constituyendo una red fuertemente integrada como pueblos complementarios a esa muchedumbre (Meijers & Wouw, 2019: 27).

Finalmente y en cuanto a los factores investigados que se consideran esenciales para caracterizar la producción artesanal y convertirla en exitosa están temáticas como patrimonio intangible, denominación de origen, transmisión de conocimiento, equipos y herramientas, medio ambiente (social,

político, productivo, físico, de mercado), consecución de fondos (Santamaría & Lecuona, 2017: 28) e innovación; para este último caso, como ejemplo se encuentra un proyecto investigativo gubernamental financiado en China que examina cómo se puede facilitar la innovación firme en las industrias culturales y creativas, concluyendo que en esta industria no tiene efectos significativos la innovación radical, presenta alguna incidencia en la innovación incremental y en general, son moderadas las innovaciones por el stock de conocimiento de las empresas (JianghuaZhou, JizhenLi, HaoJiao, HangQiu, & ZixuLiu., 2018).

4. Diagnóstico según las variables internas y externas en las organizaciones artísticas culturales de Sucre y Córdoba: Resultados

En esta sección, se presenta el diagnóstico de las organizaciones solidarias artístico-culturales en los departamentos de Colombia, Córdoba y Sucre; precisando elementos centrales de los factores externos e internos a dichas organizaciones

4.1. Localización de las organizaciones solidarias artístico-culturales: marco institucional

Las entidades investigadas en Sucre y Córdoba, estuvieron representadas en las ciudades cabecera departamental, la ciudad de Montería en Córdoba con 28 entidades (27% de la muestra total) y en Sincelejo, para el departamento de Sucre 13 entidades, (13%) y el resto de encuestas se

llevaron a cabo en zonas rurales (60%). Las entidades estudiadas, fueron identificadas mediante la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIUU), que especifica la actividad económica a la que pertenecen. En este caso, se estudió a organizaciones que se dedican a la labor artesanal, como industrias

manufactureras entre calzado de cuero y piel, prendas de vestir y la elaboración de productos en caña flecha; las artísticas: de entretenimiento y recreación de emprendimiento e innovación, festivales, compositores, lúdicas, e histórico literarias (Tabla 1).

Tabla 1
Tipos de actividades de las organizaciones artístico culturales en Córdoba y Sucre

Tipo de actividad de la organización	CORDOBA	SUCRE
Artísticas para el desarrollo social, humano, educativo cultural: recreativa, ambiental, de arte e innovación y comunicación.	25	16
Cultural de arte con emprendimiento e innovación.	2	0
Artesanal, de resguardo indígena, del pueblo Zenú y de mujeres indígenas, campesinas y afrocolombianas, Cooperativa multiactiva artesanal.	12	7
Festivales, compositores, cumbiamba, acordeoneros, lúdicas, danza, folclor y baile, declamadores y poetas, red de cantos, coral, artes escénicas, pitos y tambores, literaria, de turismo y cultura, de historia cultural, del carnaval y de cuadros vivos.	28	13
TOTAL	67	36

Fuente: Elaboración propia con base en el proyecto de investigación

4.2. Características legales

La perspectiva del marco legal para el sector solidario en Colombia, cobra relevancia histórica por su importancia social; la revisión documental basada en las fuentes ministeriales y de organismos estatales para tal fin, evidencian para el sector solidario evolución y perfeccionamiento que inicia en 1961 (con el concepto de bien común) hasta la Ley 45 de 1990, que regula la intermediación financiera.

Posteriormente la Constitución de 1991, la normativa, garantiza, regula la protección y promoción de

las formas asociativas solidarias hasta la Ley 4122 de 2011 que reglamenta a la actual Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias y la clasificación de las Organizaciones Solidarias de desarrollo que afianzan el sector y es robustecido con la creación de la Supersolidaria y Fogacoop.

Las políticas públicas en términos de oficios artesanales, no han tenido modificaciones sustanciales y se observa que los procesos productivos artesanales son clasificados en Colombia como *oficios*. En materia regulatoria la actividad inicia desde la Ley 36 de 1984, por la cual se reglamenta la profesión de

artesano y se dictan otras disposiciones. En cuanto a la cultura en Colombia, su fundamentación y fortalecimiento legislativo es reciente: con la Ley de Artes 1493 de 2011 para la formalización de artes escénicas; la Ley 1815 del 2008 en relación con la Ley General de Cultura y Decreto 763 de 2009, sobre Patrimonio Cultural de naturaleza Material y el Decreto 94 para Patrimonio de naturaleza Inmaterial. En cinematografía, por ejemplo, la reglamentación empieza desde 2003- 2012; de ese período es significativo el Decreto Reglamentario Único 1080 con algunas precisiones para películas y cortometraje en 2017; y luego, las inclusiones con énfasis en artes, patrimonio, cinematografía y comunicaciones.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, opera en el país con el Decreto 1078 de 2015, como el Decreto Único Reglamentario del Sector (Mintic, 2019). Es importante resaltar que los derechos de autor están reglamentados mediante la Ley 23 de 1982 en Colombia, hasta la Ley 1915 del 12 de Julio de 2018 en la que se establecen otras disposiciones en materia de derecho conexo, destacando que allí se instituyen las revisiones periódicas del tema cada tres años. (Ministerio del Interior. Dirección Nacional de Derechos de Autor, 2018).

Finalmente, se normaliza el concepto de la “Economía Creativa, Ley Naranja”, que forma parte de “las industrias creativas y comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor” Ley 1834 de 2017 (Secretaría del Congreso de la República, 2018). En tal sentido:

“Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa”.

Las artesanías en Colombia forman parte de la Economía Naranja y también se adiciona al Turismo, sector que involucra tanto el Patrimonio Cultural Material como el Inmaterial.

4.3 Estructura organizacional

En las visitas al territorio se pudo evidenciar que la estructura administrativa de las organizaciones artesanales está conformada estatutariamente conforme a la reglamentación legal establecida por la Supersolidaria: ello en cuanto a los órganos que participan y deciden (asamblea), de control e informes (junta de vigilancia o de control social y revisor fiscal), los que administran e informan (Consejo de Administración / Junta directiva, comité de educación, comité de solidaridad) y los que ejecutan e informan (gerente y en el caso de las que tenían empleados, también estos en esa parte de la estructura).

La composición al interior de estas organizaciones artístico culturales en Sucre y Córdoba, la constituyen mayormente fundaciones, seguidamente las asociaciones y finalmente corporaciones. La definición de su composición interna, son grupos familiares, grupos étnicos indígenas, resguardos, organizaciones comunitarias

y organizaciones afro descendientes. En términos de año de funcionamiento la mayor representatividad es con más de cinco años; seguidos entre dos y cinco años y finalmente en menor proporción un año y 17%, menos de cinco años. El número de miembros afiliados son menos de 10, en un 53% de las instituciones; entre 10 y 50 el 29% de las entidades, y el 18% entre 50 y 100.

4.4. Condiciones sociodemográficas y económicas

Las edades promedio de los representantes legales de las asociaciones están entre 20 y 30 años el 20%; entre 31 y 40 años el 20%; entre 51-60 años el 25%; entre 61-70 años el 8% y finalmente un 3% entre 71-80 años. El 68% de los artesanos son hombres y el 32% mujeres; existe representación campesina y de territorios comunitarios. Los grupos vulnerables encontrados fueron madres o padres cabeza de familia (9%), desplazados (5%), víctimas de la violencia (6%), población indígena (14%), quienes se encuentran afiliados al régimen de seguridad y salud en el trabajo. En la composición de los hogares el más alto porcentaje es del 42% entre 3-4 personas, el 40% entre 4-5 y más de 5, el 9%. En cuanto a la composición étnica, los encuestados se auto-reconocen como indígenas (29%); Gitanos (11%); Afro descendientes (11%), ninguno (49%).

En Colombia, el Ministerio de Cultura manifiesta la importancia de valoración y revalorización de los activos culturales locales, como uno de los elementos que aportan al desarrollo sostenible; en cuanto a la Cuenta Satélite de Cultura, para efectos

de mediciones se relacionan para la industria creativa y cultural, incluyen en ellas otros renglones (que no están directamente explícitos en la Ley Naranja) la agrupación general es: artes escénicas, artes visuales, audiovisual, creación (derechos de autor), diseño publicitario, educación cultural, juegos y juguetes, libros y publicaciones y música. Para el año 2017, el total del valor agregado del campo cultural ascendió a 8.161 mil millones de pesos y presentó un crecimiento de 0,8%; los segmentos culturales que mayor variación presentaron fueron artes escénicas con un aumento de 30,4% y artes visuales con un aumento de 8,7% (Ministerio de Cultura, 2018).

La información revisada al interior de las empresas, como resultado para este proyecto, solo consistió en el informe suministrado por Cámara de Comercio; entidad que para el caso de Montería permitió el acceso a los valores de activos corrientes, activos totales, patrimonio, pasivo más patrimonio, e ingresos operacionales. En Sucre, solo suministraron valores en activos totales y patrimonio. Para ambos departamentos la composición económica según su clasificación fue principalmente de micro empresas y en menor escala, pequeñas empresas.

La comercialización es realizada habitualmente por la venta de sus servicios o productos al consumidor final un 49%, a través de un intermediario el 20%, mediante otra organización el 10% y en puntos de venta un 13%. Sin embargo, los principales destinos de venta son en un 45% en su localidad, un 15% otros municipios, el 14% en las capitales del departamento y un 14% en la escala regional, 5% en la capital del país y 7% fuera del país. Por otra parte, la revisión en materia de fuentes

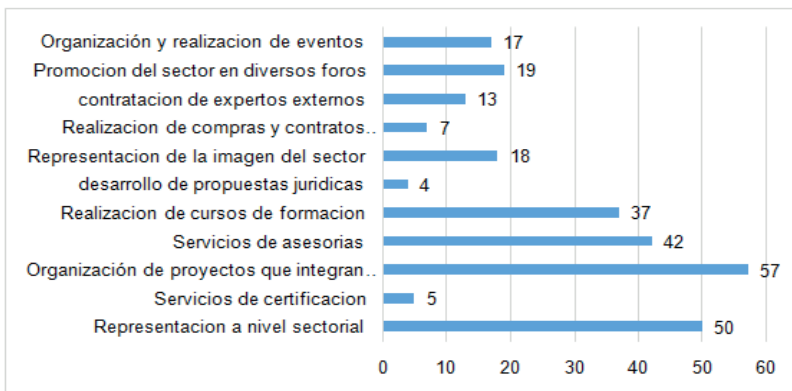
de ingreso de las organizaciones son por cuotas de afiliación y sostenimiento (el 33%); prestación de servicios (31%); venta de productos (10%); subvenciones directas de organismos públicos (4%).

4.5. Servicios ofrecidos

Los servicios que mayormente ofrecen son la organización de

proyectos que integran diversos actores y la representación a nivel sectorial, por otro lado se destacan actividades relacionadas con los servicios de asesorías y la promoción del sector en diversos eventos. Los que menos prevalecen se encuentran los servicios de desarrollo de propuestas jurídicas y realización de compras y contratos diversos, gráfico 1.

Gráfico 1
Servicios ofrecidos por la entidad



Fuente: Elaboración propia con base en el proyecto de investigación

4.6. Condiciones productivas tecnológicas o de servicios

Los lugares donde realizan su actividad del oficio es en locales independientes (mayormente arrendados), realizando sus labores en lugares dentro de la vivienda, o en cualquier lugar de la misma; los integrantes de las entidades estudiadas trabajan y desarrollan a la vez otras actividades;

sólo el 14% tienen espacios comunitarios fuera de la vivienda, y el 4% una parcela de producción de materia prima; el más alto porcentaje elabora productos terminados, seguidamente realizan producción y elaboración de materias primas; en la región las materias primas más usuales son de origen vegetal y con proporciones pequeñas de origen animal y mineral; está en aumento el componente sintético y algunas han

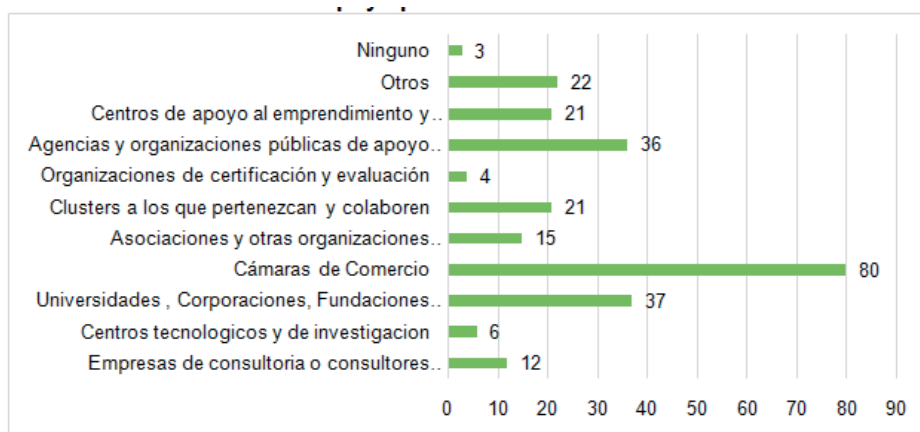
incorporado el reciclaje.

4.7 Participación en promoción y políticas de apoyo institucional

De las entidades estudiadas, el 56% no ha recibido apoyo; acceso a la

cooperación internacional sólo un 6%, apoyo de ONG 3%, proyectos con el Estado un 16% y otras actividades de rifas y eventos, un 8%, gráfico 2.

Gráfico 2
Entidades de apoyo para las entidades solidarias



Fuente: Elaboración propia con base en el proyecto de investigación

4.8. Condiciones ambientales

Los aspectos ambientales sobresalientes de éste estudio, estuvieron enfocados en que en el sector artesanal existen dificultades para adquisición de materiales de origen natural, especialmente en la caña flecha con un 49% de escasez en el material, en un 49% y un peligro de extinción del 4% para las prendas de hilo el algodón no se produce en la zona, con una escasez del 55%; para los productos de bisutería de origen animal, en relación con el mar, los

artesanos presentan dificultad mediana para la consecución de su materia prima. El estudio evidencia que los artesanos poseen un débil conocimiento sobre aspectos ambientales y normatividad, y, las entidades que capacitan o hacen presencia son las CAR y el Sena, básicamente en temas de conservación de fauna marina.

5. Conclusiones

El principal aporte en las reflexiones teóricas y revisión documental en el área

legal es que aún se requiere una mayor cohesión e interacción de los ministerios y entidades de orden superior que rigen a éste amplio sector. En cuanto al territorio de Sucre y Córdoba si bien están legalmente constituidas, no todas tienen conocimiento de los registros legales o documentación estatutaria, además algunas funcionan sin actualización de registro y un desconocimiento de las leyes, en general, con relación al alcance y cobertura que pudiesen tener para ellos; sin embargo tienen una gran expectativa frente a la Ley Naranja, que pudiera potencializarse en la integración mediante redes y estableciendo sinergias entre la inclusión participativa de los asociados y el marco legislativo del país

Respecto a la estructura organizacional, la diversidad de la composición del sector por su riqueza cultural, artística, pueden conllevar a una nueva fase de investigación para el planteamiento teórico de Barney de las posibilidades de gestionar más racional y activamente sus recursos y capacidades (es necesario el acompañamiento del Estado, la empresa privada y la academia-Universidad). La evolución y conceptualización de los fundamentos estructurales de la economía solidaria en Colombia, parte de las bases de origen están en las prácticas ancestrales (indígenas), seguida de las formas cooperativas.

Lasíntesisvalorativadel diagnósticoproducto del cruce de información de las matrices que diagnostica los factores externos (EFE) e internos (EFI) revelan que existen capacitaciones disponibles en el Departamento Administrativo nacional (Dansocial) con políticas para el fomento, fortalecimiento y consolidación de la cultura solidaria, promoción y desarrollo de liderazgo

y desde organismos internacionales (representando una Oportunidad-O- para el sector). Posibilidades de involucrarse al turismo desde la perspectiva cultural y de patrimonio, promoviendo también vocaciones creativas dentro del sector beneficiario en la Ley Naranja (Otra Oportunidad).

De acuerdo con dicho diagnóstico, las oportunidades se presentan gracias a que el programa integral de intervención de fomento a la economía solidaria y cooperativa rural tiene ámbitos y mecanismos útiles para el sector, así como líneas de investigación acorde con las necesidades del mismo (desarrollo territorial y social, modelo social frente a nuevas dinámicas económicas, generación de empleo, mejoramiento de calidad de vida).

En términos de sostenibilidad para escenarios futuros artesanales, existen perspectiva para la inteligencia sostenible en materiales (ecológicos), procesos y usos; artesanía digital (nuevas oportunidades para la artesanía creativa): fabricación, uso, contexto y posibilidades de intercambio de experiencias en un espacio vital, productos y servicios personalizados. Los productos con denominación de origen y marca registrada, permiten una mejor comercialización y precio asociados a la calidad e identidad, lo cual es valorado por los compradores.

No obstante lo anterior, también se presentan Amenazas: i) Inadecuada dinámica del sector en los departamentos analizados, ello desde la interrelación entre las entidades públicas y el empresariado; ii) la desagregación de los valores aportados como industria cultural no permite verificar la importancia de la totalidad del PIB (Producto Interno Bruto), dentro del sector; iii) poca presencia de servicios

educativos para la tecnificación; iv) en Sucre y Córdoba los sectores de inteligencia artificial, cine, televisión y animación, que tienen alto potencial, audiovisuales, editoriales, producción de software no están representados en las organizaciones solidarias.

En cuanto al análisis interno se encontraron fortalezas referentes a la experiencia y mediana experticia en el manejo de las entidades del sector, mayormente asociados a personas de 51 a 60 años; la alta creatividad para el diseño del servicio de la puesta en escena y en el diseño de productos; la síntesis de los resultados estratégicos mencionados, dan lugar a posibles cauces para el desarrollo de las entidades con la aplicación de 13 de ellas a corto plazo, siete a mediano plazo y la desagregación de los valores aportados como industria cultural es importante visualizarlo desde la necesidad de mejorar en el país, pero dadas sus connotaciones se esperaría para el largo plazo.

6. Referencias bibliográficas

- Alfaro, J., Mejía-Villa, A., Recalde, M., & Rodríguez, M. (2017), **Cuestionario para las asociaciones empresariales**. Obtenido de Las asociaciones empresariales como motores de la innovación estratégica en las empresas marco teórico y aplicación al caso Navarra - EUNSA: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocorposucre/detail.action?docID=5214357>
- AnelJifengMu, YongchuanBao, TejvirSekhon, JiayinQi, & Love, E. (2018), Outside-in marketing capability and firm performance. **Industrial Marketing Management**, 37-54.
- Barnard, C. (1938), **The Functions of the Executive**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bordone, V. (2015), International Solidary. **Wittgenstein Centre for Demography and Global Human Capital (IIASA, VID/ÖAW, WU)**, 402-408.
- Castaldy, C. (2018), To trademark or not to trademark: The case of the creative and cultural industries. **Research Policy**, Volume 47(3), 606-616. doi:<https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.006>
- Catrillón, A. (2014), **Fundamentos generales de administración**. Medellín: Centro Editorial Esumer.
- Chirumalla, Koteswar, Oghazi, P., & Parida, V. (2017), Social media engagement strategy: Investigation of marketing and R&D interfaces in manufacturing industry. **Industrial Marketing Management**, 74, 138-149. doi:<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.10.001>
- Fong, C., Flores, K., & Cardoza, L. (2017: 418), Teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. **Revista Electrónica Nova Scientia**, Vol.9(2), 411-440.
- Fred R, D. (2003), La evaluación externa e interna. En D. Fred R, **Conceptos de Administración Estratégica** (págs. 110-111;149-150), México: PRENTICE HALL, INC.
- García, D. (2017), **La Ley Naranja: ¿la privatización de la economía de la cultura?** Obtenido de Revista Arcadia: <https://www.revistaarcadia.com/agenda/articulo/ley-naranja-privatizacion-economia-cultura-david-garcia/63999>
- Hernández, H. (41), La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas

- científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas. Obtenido de **Revista Escenarios**, Vol9(1):38-51: https://www.researchgate.net/publication/277273567_La_gestion_empresarial_un_enfoque_del_siglo_XX_desde_las_teorias_administrativas_cientifica_funcional_burocratica_y_de_relaciones_humanas
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010), **Metodología de la investigación**, 5ta Edición. Obtenido de Editorial McGraw Hill: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20de%20la%20Edici%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- JianghuaZhou, JizhenLi, HaoJiao, HangQiu, & ZixuLiu. (2018), The more funding the better? The moderating role of knowledge stock on the effects of different government-funded research. doi:<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.002>.
- Lampel, J., & Germain, O. (2016: 2330), Creative industries as hubs of new organizational and business practices. **Journal of Business Research**, Volume.69(7), 2327-2333. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.001>
- Marier-Bienvenuea, T., Pellerina, R., Cassivib, & Lucc. (2017), Project Planning and Control in Social and Solidarity Economy Organizations: A Literature Review. **Procedia Computer Science**, Vol. 121, 692–698.
- Meijers, E., & Wouw, D. v. (2019), Struggles and strategies of rural regions in the age of the 'urban triumph'. 66, 21-29. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.01.027>
- Ministerio de Cultura. (2018), <https://www.mincultura.gov.co>. Obtenido de <https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/Boleti%CC%81n%20Cuenta%20Sate%CC%81lite%20de%20Cultura%20CSC%202016-2017.pdf>
- Ministerio del Interior. Dirección Nacional de Derechos de Autor. (2018), <http://derechodeautor.gov.co>. Obtenido de <http://derechodeautor.gov.co/documentos12+DE+JULIO+DE+2018.pdf>
- Mintic. (2019), <https://mintic.gov.co>. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Normatividad/Decreto-Unico-Sector-TIC/>.
- Moorea, I. (2014), Cultural and Creative Industries Concept – A Historical Perspective. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Vol. 110, 738-746. doi:doi: 10.1016/j.sbspro.2013.12.918
- Munro, E. (2017), Building soft skills in the creative economy: Creative intermediaries, business support and the 'soft skills gap. **Poetics**, Volume 64, 14-25. doi:<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.07.002>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. (2013), *Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces para el desarrollo local*. Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Paskov, M., & Dewilde, C. (2012: 417), Income inequality and solidarity in Europe. *Research in Social Stratification and Mobility*, 30, Issue 4, 415-432. doi:<https://doi.org/10.1016/j.rssm.2012.06.002>
- Rozentale, I., & Lavanga, M. (2014: 57), The "universal" characteristics of creative industries revisited: The case of Riga. **City, Culture and Society**, Volume 5, Issue 2., 55-64. doi:<https://>

doi.org/10.1016/j.ccs.2014.05.006

Santamaría, J., & Lecuona, M. (2017), Ecuadorian artisanal production and its future projection from the Cultural and Creative Industries perspective (CCI), **City, Culture and Society**, Volume 10, 26-32. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.05.002>

Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2018), Collaborative modes with Cultural and Creative Industries and innovation performance: The moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. *Technovation*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.06.003>

Secretaría del Congreso de la República. (2018), **Secretaría del Senado gobierno de Colombia**. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html

Shenjing, H. (2019), The creative spatio-temporal fix: Creative and cultural industries development in Shanghai, China. **Geoforum**, 106, 310-319. doi:<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.07.017>

Uribe, A., B. A., & Ortiz, L. E. (2012), Caracterización de las organizaciones de artesanos en Latinoamérica, una visión de la red de investigación Ritfa. **Revista de la facultad de ciencias económicas, administrativas y contables**, 140-142.

Villamil, J. (2019), Economía naranja: Una de las metas mas ambiciosas del PND. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/naranja-una-de-las-metas-mas-ambiciosas-del-pnd-527635>

- Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported. http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES