

Revista de Ciencias Sociales

Economía solidaria: Visión integradora en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía Wayúu*

Paz Marcano, Annherys**
Pinto Aragón, Elvis***
Araujo Daza, Danilo****

Resumen

La economía solidaria, es un medio alternativo al hablar de oportunidades de desarrollo local, mejorar la calidad de vida y el bienestar de las comunidades y las unidades productivas. Esta investigación, tuvo como objetivo analizar la economía solidaria como una visión integradora en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía Wayúu en el Distrito especial, turístico y cultural de Riohacha-Colombia; orientada por el paradigma cuantitativo, enfoque epistemológico positivista, criterio hipotético deductivo, tipo de investigación descriptiva, diseño no experimental, transaccional, campo, como población 20 unidades informantes de las pequeñas y medianas empresas objeto de estudio, como técnica para recoger la información fue la encuesta e instrumento un cuestionario de 27 ítems, preliminarmente validado por 7 expertos y aplicado la fiabilidad mediante una prueba piloto, arrojando 90% de fiabilidad, el análisis estadístico, se hizo con la estadística descriptiva. A modo de conclusión, la economía solidaria, se sustenta de las capacidades endógenas de las comunidades wayuu donde están asentadas las empresas comercializadoras de artesanía, donde con su quehacer comercial aportan a los indicadores económicos y de sostenibilidad, alcanzando un negocio rentable, que agregue valor en lo social a las familias, aunado a los indicadores de gestión y desarrollo local del distrito de Riohacha-Colombia.

Palabras clave: Economía solidaria; visión integradora; pequeñas y medianas empresas; artesanía wayuu; Riohacha-Colombia.

* Trabajo resultado de investigación intitulada: Emprendimiento social como base de la economía solidaria en pequeñas y medianas empresas comercializadoras y distribuidoras de artesanía wayuu en el distrito especial turístico y cultural de Riohacha”, adscrita a la línea de investigación Programa de administración de empresas Emprendimiento y creación de empresas, suscrito al Centro de Investigación de la Universidad de La Guajira, Riohacha, Colombia.

** Doctora en Ciencias Gerenciales. Magister Gerencia de Recursos Humanos. Docente e Investigadora en la Universidad de La Guajira, Riohacha, Colombia. E-mail: aipaz@uniguajira.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7538-1563>

*** Magister en Gerencia de Recursos Humanos. Docente en la Universidad de la Guajira, Riohacha, Colombia. E-mail: epinto@uniguajira.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9866-9751>

**** Magister en Derecho. Magister en Gestión de Empresas y Liderazgo. Especialista en Derecho Administrativo. Especialista en Derecho. Especialista Contratación Estatal. Abogado. Docente e Investigador en la Universidad de La Guajira, Riohacha, Colombia. E-mail: draraujod@uniguajira.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9250-6556>

Solidarity economy: Integrative vision in small and medium-sized companies that sell Wayuu crafts

Abstract

The solidarity economy is an alternative means when talking about local development opportunities, improving the quality of life and well-being of communities and productive units. The objective of this research was to analyze the solidarity economy as an integrative vision in small and medium-sized companies that sell Wayuu crafts in the special, tourist and cultural district of Riohacha-Colombia; Oriented by the quantitative paradigm, positivist epistemological approach, hypothetical deductive criterion, type of descriptive research, non-experimental, transactional design, field, as a population 20 reporting units of the small and medium-sized companies under study, as a technique to collect the information was the survey and instrument a 27-item questionnaire, preliminarily validated by 7 experts and reliability applied through a pilot test, yielding 90% reliability, the statistical analysis was made with descriptive statistics. In conclusion, the solidarity economy is based on the endogenous capacities of the Wayuu communities where the craft trading companies are based, where with their commercial activities they contribute to the economic and sustainability indicators, achieving a profitable business that adds value. in the social aspect to families, coupled with the indicators of management and local development of the district of Riohacha-Colombia.

Keywords: Solidarity economy; integrative vision; small and medium businesses; wayuu crafts; Riohacha-Colombia.

Introducción

En las últimas décadas los procesos empresariales han sido marcados por tendencias como la comunicación, y los avances de la tecnología, haciendo de la globalización un reto para insertarse en las exigencias que implican los mercados de esta naturaleza, por lo que la participación de las empresas ha de propender su actuación bajo un desempeño económico pero también social, como factores que agregan valor al progreso y desarrollo de las naciones, con la práctica de estrategias de integración y gestión social.

En este sentido, se infiere que las transformaciones de la economía colombiana, han conllevado al mercado empresarial a trabajar para satisfacer los requerimientos de sus clientes con acciones que contribuyan a su estabilidad en el mercado y su aporte a desarrollo económico local, con iniciativas que demandan la atención de la sociedad.

Dentro de este contexto, se explica

la presencia de la economía solidaria, representando una aliada para afrontar las realidades del entorno; pudiendo crear alianzas responsables que faciliten el desarrollo económico, a través de las empresas que engranan el sistema productivo local, donde las pequeñas y medianas empresas (pymes) comercializadoras de artesanía *Wayúu*, no son la excepción, pues su actuación las conduce a ser gestoras de la participación integral de su gente con la comunidad mediante los principios ancestrales, que fecunda la cultura milenaria sembrada en el manejo y diseño del arte de su gente, el cual germina de generación en generación, siendo un patrimonio que alberga los principios y valores genuinos, así como sostenibles.

Vale destacar que la economía solidaria, por sí sola, no daría efecto en el desarrollo del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha-Colombia, sino se emprende desde una visión integradora de las pequeñas y medianas empresas, las cuales

en su actividad misional buscan el bienestar colectivo, recurriendo a la incorporación con su gente, quienes presentan habilidades y competencias inculcadas en la formación de oficios hereditarios, pudiendo fomentar un compromiso social, al mismo tiempo propiciar escenarios que despierten el interés hacia la creatividad e innovación de sus productos en el mercado nacional e internacional, constituyendo sus resultados instrumentos que aportan a la calidad de vida del ser humano desde la experiencia de ideas comunitarias acordes a su contexto (Vélez, 2014; Calle e Isaza, 2019).

De allí, el interés de las pequeñas y medianas empresas objeto de estudio, de transformar el mercado local con participación de los escenarios comunitarios con esquemas innovadores, creativos desde una gestión social compartida, lo cual implica el apoyo hacia la equidad del colectivo, partiendo de características que coadyuven mitigar los efectos de desigualdades e integración en la sociedad. A este efecto, se destaca el interés por la orientación de objetivos que conlleven a la práctica de estrategias para desarrollar esquemas de trabajo capaces de contribuir al desarrollo económico y bienestar social, además de promover la calidad de vida (Paz, Prieto y García, 2015; Calle e Isaza, 2019).

Cabe expresar, que el colectivo social debe trabajar en forma integral en pymes, siendo capaces de transformar responsablemente el entorno, al cual actúan con la participación de los agentes comunitarios en los diversos escenarios donde se desenvuelve, representando motores garantes que nutren desde sus acciones a una calidad de vida mejor (Eizaguirre, 2016); de allí la necesidad de los investigadores de indagar sobre la economía solidaria en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía *Wayúu* en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, Departamento de La Guajira, Colombia.

En efecto, las pequeñas y medianas empresa comercializadoras de artesanía *Wayúu* asentadas en comunidades del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha en Colombia,

no son la excepción al momento de referirse al desarrollo alternativo que aporte valor y respuestas a sus necesidades o problemas acuciantes, puesto que estas deben evaluar sus capacidades endógenas, con el propósito de propender el desarrollo de ideas creativas e innovadoras como parte de su acción social para la construcción de sociedades sostenibles (Prieto, Céspedes y Palacios, 2017; Calanchez et al., 2022).

Bajo esta concepción, el desarrollo productivo comunitario está estrechamente ligado a procesos de la economía solidaria, no existe un auténtico desarrollo sin una producción rentable que mantenga oxigenado y en cohesión el tejido social (Charris, Paz y Sánchez, 2020).

De este modo, las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía *Wayúu*, son pequeñas unidades productivas, generalmente de naturaleza familiar, las cuales gestan procesos de producción, dirigidos a explorar y potenciar escenarios empresariales dinámicos, eficientes, rentables, competitivos y sostenibles; convirtiendo el quehacer de sus actividades en un estímulo al espíritu emprendedor o iniciativa productiva, para garantizar el bienestar colectivo; además de propiciar aportes económicos que favorezcan la calidad de vida en las familias de las comunidades ancestrales, despertando desde sus conocimientos, el interés hacia el desarrollo humano, con experiencias e ideas acordes a la realidad del entorno.

En este sentido, para Cabal, Fajardo y Donneys (2008) la economía solidaria encamina a las personas que de una u otra forma creen que es posible una vía alterna, que no está enmarcada dentro de la economía privada con su espíritu de ánimo de lucro y enriquecimiento individual o en la economía estatal, con su orientación de servicio ciudadano, interés común y colectivo, con o sin ánimo de lucro (Austroulakis, 2013; Rocha, Julio y Semprum, 2021), sino que agrega componentes con los cuales se genera compromiso, responsabilidad y está encaminada al servicio de la comunidad.

Es así como se explica que la orientación de sus actividades atiende esquemas de trabajo

capaces de beneficiar el bienestar social, e igualmente promueve la obtención de ingresos, generación de oportunidades de empleo, ayuda a la calidad de vida (Cantillo, Pedraza y García, 2019), siendo la participación de su gente la que fortalece la convivencia humana para el desarrollo socio-económico de una economía solidaria en las comunidades vulnerables, con ideas creativas e innovadoras que coadyuvan un escenario de desarrollo local. De allí, que el papel protagónico es responder a las necesidades, considerando las capacidades internas de las comunidades con ayuda de emprendedores que deseen crear valor a la sociedad.

Cabe expresar, que las actividades comerciales de las pymes contribuyen a transformar, aportar al entorno, y con ello a la economía solidaria, dinamizando estrategias generadoras del desarrollo socio-económico y bienestar del colectivo (Velasco, Quintana y Avendaño, 2020; Matadamas, Cruz y Toledo, 2021). En este sentido, el escenario económico nacional, no es excluyente en el momento de realizar convocatorias que guían el desarrollo de programas, proyectos y planes planteados desde la gestión local y nacional, en los que se hace referencia a las políticas de Estado, para otorgar recursos financieros que auxilien la transformación social para mitigar indicadores de pobreza, desempleo, y con ello lograr mejores niveles de vida en la sociedad y senos familiares de las comunidades ancestrales.

Sobre los aspectos planteados, se alude los resultados de la publicación del trabajo de investigación de Boza-Valle y Manjarez-Fuentes (2016) titulada: Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en Ecuador, esta trata acerca de la Economía Popular y Solidaria (EPS), la cual constituye una alternativa consolidada para las capas menos favorecidas, dentro de la economía ecuatoriana. La misma se desarrolla mediante la creación e implementación de emprendimientos, que en la generalidad de los casos no tienen una larga vida. A pesar de lo anterior, el gobierno ecuatoriano fomenta facilidades para el desarrollo de dichos emprendimientos locales. Consecuentemente,

el objetivo de este trabajo es diagnosticar con carácter estratégico la economía popular y solidaria con sus emprendimientos.

Asimismo, se tiene la publicación de Pérez (2017) en la revista *Economía de la Universidad de Los Andes de Venezuela*, titulada *Aproximación a la Economía Social y Solidaria: Cooperativismo venezolano*, en él se mencionó acerca de diferentes denominaciones, donde hay un incremento de iniciativas de producción y prestación de servicios sociales y personales, organizadas en base a la libre asociación, los principios de cooperación y de autogestión, que puedan surgir en los proyectos de pymes en el interior de las comunidades.

Por otra parte, Vélez (2014) en el artículo publicado en la revista *Cooperativista y desarrollo*, titulado *Construcción del concepto de economía solidaria: Una mirada a la teoría económica comprensiva*, propone un viraje a la teoría económica tradicional a partir de los aportes de la teoría económica comprensiva de Razeto (1994). Para ello, además de mostrar aspectos importantes de la teoría propuesta, se exponen los resultados de una aproximación desde la vivencia de la asociatividad de algunas organizaciones de carácter agropecuario en tres municipios del oriente de Antioquia, los cuales, lejos de concentrarse en el crecimiento del factor capital, se fortalecen en el crecimiento del factor comunidad mediante la potenciación de los demás factores (trabajo, medios financieros, medios materiales, tecnología y gestión).

Estos aspectos de factores de economía solidaria, también se desenvuelven en el contexto de la economía campesina, concepto que se aborda desde la aproximación de Forero (2003), y se resalta el carácter familiar campesino de las organizaciones, en el que se evidencia que las características de las asociaciones estudiadas, aunque no tienen desarrollado unos fuertes factores financieros y materiales, están cohesionadas por valores que fortalecen las pymes dentro del factor comunidad.

Con base en lo señalado por Rojano,

Contreras y Mendoza (2016); y, Cantillo, Paz y Ojeda (2021), las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía *Wayúu* en el distrito especial turístico y cultural de Riohacha, se ven impactadas por problemas y necesidades acuciantes, resultantes de bajos niveles de inversión, quizás atribuido a medios de financiamiento poco accesibles, conllevando a bajar sus niveles de producción, alto niveles de economía informal que induce a un bajo crecimiento en el desarrollo económico, puesto que desconocen sus potencialidades internas, al igual de su gente para crear y emprender ideas que pudiesen dar respuestas oportunas a sus necesidades, aminorando los efectos que deterioren los niveles de calidad de vida y bienestar colectivo.

De tal manera, la economía solidaria busca despertar el estímulo interior con competencias que potencian el desarrollo, no solo humano sino económico y social, con el propósito de transformarse en una visión colectiva de progreso diferente a los demás, afianzando en la gestión asociativa entre actores, especialmente los sectores tanto públicos como privados.

Partiendo de los aspectos expresados, se infiere que para una región ser social y económicamente atractiva, entre otras características que la lleven a agregar valor al desarrollo endógeno sostenible, requiere que su población asuma retos específicos, a objeto de aportar a la generación de oportunidades, que en lo productivo, se puedan traducir en la creación de empresas formales, lo cual refleja la actitud, aptitud y entrega de sus habitantes por el logro, retos y nuevos proyectos, colocando de manifiesto ideas que den lugar a la economía solidaria como mecanismo de acción social para el desarrollo local, departamental y transferible al crecimiento de la nación en términos socio-económicos.

En este orden de ideas, las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía *Wayúu* en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha-Colombia, están expuestas a disminución de oportunidades para dinamizar la economía solidaria, afectando sus acciones estratégicas e incremento de sus

indicadores en la economía, generando efectos de estancamiento en el aparato productivo local para activar el desarrollo endógeno y enaltecer las bondades y riquezas de sus suelos, mediante la apertura de empresas que aporten a los indicadores del Producto Interno Bruto del distrito, al igual de la nación.

En el caso específico, del distrito objeto de estudio donde tuvo lugar el presente estudio, se orienta en función de la necesidad latente que se presenta donde habitan familias *Wayúu* con habilidades y destrezas para emprender proyectos socio-productivos que permitan el mejoramiento de vida de las comunidades organizadas. Es importante resaltar, que estas comunidades disponen de espacios naturales ociosos que pueden ser utilizados para emprender bajo el dominio de sus riquezas culturales ancestrales con el acompañamiento de organismos públicos o privados dispuestos a apalancar este tipo de proyectos, que permitirán en un mediano plazo mitigar los indicadores de pobreza.

En el mismo orden de ideas, se evidencia además la necesidad que existe en las zonas geográficas seleccionadas de resolver algunas situaciones que se presentan por las limitaciones para transportar los productos que se requieren como materia prima, así como también los que se producen para la venta; en este sentido, se hace ineludible que en el marco de la economía solidaria, sea considerado el tema de la vialidad como uno de los aspectos que pudieran presentarse en las comunidades interesadas en involucrarse en el proyecto referido; otro de los factores relevantes para este estudio, corresponde a la cultura de asociatividad para la convivencia, partiendo de sus condiciones que tiene que ver con familias desplazadas o víctimas del conflicto armado en el país.

De lo expresado, nace la motivación de realizar esta investigación con el objetivo de analizar la economía solidaria desde una visión integradora en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía *Wayúu*. Para ello, se fundamentó en el paradigma cuantitativo, enfoque positivista, utilizando el tipo de investigación descriptiva, diseño no

experimental, transaccional, descriptivo, de campo, tomando como población 20 pymes del sector de artesanías, aplicando un cuestionario para recabar la información requerida.

1. Fundamentación Teórica

1.1. Economía solidaria

Cabal et al. (2008), sostienen que la economía solidaria encamina a las personas que de una u otra forma creen que es posible una vía alterna que no está enmarcada dentro de la economía privada con su espíritu de ánimo de lucro y enriquecimiento individual o en la economía estatal, con su orientación de servicio ciudadano, interés común y colectivo, con o sin fin de lucro, sino que agrega componentes con los cuales se genera compromiso, responsabilidad y está encaminada al servicio de la comunidad.

Agregan los autores, que la economía solidaria es una forma ética, recíproca y cooperativa de consumir, producir, intercambiar, financiar, comunicar, educar, desarrollarse, que promueve un nuevo modo de pensar y de vivir. Sobre este particular Tapia et al. (2017) indican que la economía solidaria, trasciende los indicadores económicos y se apoya en los factores sociales que sustenta la construcción de una sociedad sostenible, pues las bases de esta economía se producen en el territorio local. En Colombia, se define como:

El sistema socioeconómico, cultural, ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía. (Artículo 2, Ley 454 economía solidaria de 1998 en Colombia)

La economía solidaria, social o popular, para Coraggio (2012); y, López (2022), comprende las actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares para garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y

de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales.

En líneas generales, los autores coinciden al explicar que la economía solidaria, también conocida como social o popular, se fundamenta en actividades socio-económicas, llevadas a cabo por sectores comunitarios, a partir de los recursos disponibles en sus espacios, contando con emprendedores que aportan ideas creativas e innovadoras para dar respuestas a sus necesidades. No obstante, se alude que las economías populares y solidarias se manifiestan a través de las micros, pequeñas y medianas empresas, tanto colectivas como las cooperativas, unidades de producción ejidal, sociedades de solidaridad social, y otras, que conforman lo que se llama la “iniciativa social” (Palenzuela, 2015).

1.2. Factores de la economía solidaria

En lo atinente a los factores de la economía solidaria se instituye como social, económico, y cultural, en los cuales se establecen en el Artículo 5 de la Ley 454 economía solidaria (1998, y reglamentada en el Decreto 1714, 2012) en Colombia:

1. Promover el desarrollo integral del ser humano.

2. Generar prácticas que consoliden una constante (sic) vivencias de pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor como medio para alcanzar el desarrollo y la paz de los pueblos.

3. Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia participativa.

4. Participar en el diseño y ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo económico y social.

5. Garantizar a sus miembros la participación y acceso a la formación, el trabajo, la propiedad, la información, la gestión y distribución equitativa de beneficios sin discriminación alguna.

Sobre este particular, los factores de la economía solidaria, según Pérez (2017), se

trata de iniciativas, donde la economía social debe cumplir con la condición de necesidad, de cohesión social, así como la existencia de otros factores esenciales para la aparición de ella. Por otra parte, Valencia y Gallego (2013) la asocian al factor C, lo cual tiene que ver con la solidaridad en sus acepciones de colaboración común, comunidad, cooperación colectiva, que se despliega como un factor económico. Por consiguiente, el factor C es el hecho que la unión de conciencias, emociones, voluntades en pos del logro de un objetivo común, compartido, incrementa, multiplica el logro de este objetivo o de esta actividad. Entonces, se trata de hacer referencia a la comunidad, cooperación, colaboración, compañerismo, compartir, que significa trabajar juntos, en unión, de esta relación de fraternidad.

Por su parte, Pérez (2017) admite que la economía solidaria propone y promueve, la práctica de diversos factores para la sostenibilidad de ella: Como lo es el comunitarismo, la cooperación, un justo beneficio, la satisfacción de las necesidades humanas, el consumo responsable, el comercio justo, y enfatiza el desarrollo económico a escala humana. Asimismo, Vélez (2014) agrega que la estructura productiva de la economía solidaria propicia la interacción de los factores económicos (medios materiales, medios financieros, tecnología, gestión, trabajo y factor C), no es así en términos de estructura de poder, pues no entiende la jerarquización de los factores y, por lo tanto, no se evidencia existencia o diferenciación de clases ni una relación de dominación.

En líneas generales, admite Vélez (2014) que en la economía solidaria puede incorporarse tanto en una estructura capitalista, en cuanto puede establecer relaciones con estructuras de poder que jerarquizan el capital (medios financieros y medios materiales), o con estructuras que jerarquizan el trabajo, como usualmente se ha hecho. De esta manera, del factor C en las organizaciones comunitarias, comunales y cooperativas, propenden las acciones propias de producir, distribuir, consumir y acumular con solidaridad, de tal forma que este factor facilita la formación de

un grupo, asociación o comunidad que opera cooperativa y coordinadamente, además de proporcionar un conjunto de beneficios a cada integrante.

No obstante, admite, el autor que el factor C en condiciones de cohesión, podría generar una dinámica que se denominaría factor C-céntrica, la cual alimenta los demás factores, de manera que los caminos de la economía de la solidaridad identificados con el respectivo peso de su factor, en sus condiciones particulares, puedan ampliarse. Esto no como una construcción atomizada de organizaciones y asociaciones, sino de una mega organización que permita una constante retroalimentación.

Al respecto, Valencia y Gallego (2013) mencionan que las organizaciones de economía solidaria se caracterizan por tener una estrategia de decisión basada en principios de confianza mutua, la participación y la solidaridad. Por otra parte, Pérez y Etxezarreta (2015), sostienen que los principios que aluden la economía solidaria, se sustentan de factores como la colaboración común, comunidad, cooperación colectiva, los cuales buscan las relaciones de producción, distribución, consumo y financiación, asentadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua; teniendo como principio insustituible a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, haciéndole frente al capital y a su acumulación.

En este sentido, se concluye que la economía solidaria recoge la práctica de valores universales e incorpora los principios de su funcionalidad, como son la equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa, sustentando su base ideológica, de manera compartida con la combinación de diversos elementos, situaciones y objetivos: Participación directa de las personas en sistemas de decisión y organización democráticos, voluntad de transparencia y de equidad, empoderamiento de las personas participantes, iniciativas bajo una orientación ética compartida, principio de cooperación por encima del de competencia, preocupación por el entorno social y ambiental (Pedraza et al., 2018), generación de empleo de

calidad, identificación en los entornos locales y vocación por una mística laboral sustentada en un trabajo al servicio del bien común.

2. Metodología

El método científico que orientó la investigación fue el esquema cuantitativo, bajo un paradigma empírico analítico, el cual también se le conoce como positivista, pragmático; asimismo, una investigación descriptiva; aplicando una estrategia no experimental, de campo. La población se conformó por las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía *Wayúu* registradas en la casa del artesano del distrito especial turístico y cultural de Riohacha en Colombia, representada por 20 unidades productivas, convirtiéndose en un censo poblacional.

Para recoger los datos se empleó la técnica de la encuesta y de instrumento un cuestionario de 27 ítems con alternativas de respuesta tipo Likert, validado por la experiencia de 7 expertos, arrojando como confiabilidad, luego de aplicar la fórmula de Alfa Cronbach, un 90%; e interpretada la información con la aplicación de herramientas estadísticas descriptivas, en la cual se expresa que la medición de la variable, en descomposición de la dimensión e indicadores, se interpretaron según los rangos y categorías que resulten de los valores promedios del baremo (ver Cuadro 1), pudiendo desde esta concepción, realizar la interpretación y contrastación de los resultados con la fundamentación teórica. Los aspectos planteados, se argumentaron de la teoría de Parella y Martins (2012); Méndez (2013); Hernández, Fernández y Baptista (2014); Arias (2016); Bernal (2016); y, Paz et al. (2022).

Cuadro 1
Baremo de interpretación de datos promedios: Rangos-Categorías

Rango	Categoría
1,00 ≥ 1,80	Muy baja
1,81 ≥ 2,60	Baja
2,61 ≥ 3,40	Moderada
3,41 ≥ 4,20	Alta
4,21 ≥ 5,00	Muy alta

Fuente: Elaboración propia, 2022.

3. Resultados y discusión

El análisis se presenta interpretando las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada, ordenadas por dimensiones e indicadores, que miden el comportamiento de la variable objeto de estudio, referida a la economía solidaria, esbozando la opinión de los investigadores, la cual está sustentada en las bases teóricas expuestas, donde posteriormente, los datos arrojados se convierten en insumo referencial para redactar las conclusiones y recomendaciones respectivas. No obstante, el

análisis se muestra en Tablas, donde los datos detallan el valor de frecuencias absolutas y relativas, siendo interpretadas a través de un baremo de interpretación de datos promedios.

3.1. Dimensión: Factores de la economía solidaria

Para el objetivo correspondiente a “analizar los factores de la economía solidaria en pequeñas y medianas empresas

comercializadoras de artesanía Wayúu en el distrito especial turístico y cultural de Riohacha”, se presentan los indicadores medidos en la Tabla 1, en la cual se puede observar que el indicador “colaboración”, en su ítem 1 relativo a la empresa ayuda a su equipo de trabajo a consolidar las ideas en el desempeño de su labor, el 75% de la población

encuestada manifestó que siempre la empresa ayuda a su equipo de trabajo a consolidar las ideas en su desempeño laboral. Por otra parte, el 20% manifestó que casi siempre ocurre; el 5% indicó que algunas veces; mientras que, el 0% casi nunca y el 0% observó que nunca se presenta, representando una media de 4,70 bajo la categoría de muy alta presencia.

Tabla 1
Factores de la economía solidaria

VARIABLE : Economía solidaria														
DIMENSIÓN: Factores de la economía solidaria														
Alternativa de Resp.		Siempre		Casi Siempre		A Veces		Casi Nunca		Nunca		PROMEDIOS		
Indicadores	Ítems	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Fa	Fr %	Ítem	Ind.	Dim.
Colaboración	1	15	75%	4	20%	1	5%	0	0%	0	0%	4,70		
	2	17	85%	3	15%	0	0%	0	0%	0	0%	4,85	4,6	
	3	6	30%	10	50%	4	20%	0	0%	0	0%	4,10		
Comunidad	4	8	40%	3	16%	9	45%	0	0%	0	0%	3,95		
	5	6	30%	4	20%	8	40%	1	5%	1	5%	3,65	3,6	4,1
Cooperación colectiva	6	3	15%	3	15%	9	45%	5	25%	0	0%	3,20		
	7	6	30%	5	26%	5	25%	3	15%	1	5%	3,60		
	8	7	35%	7	35%	6	30%	0	0%	0	0%	4,05	4,0	
	9	11	55%	7	35%	2	10%	0	0%	0	0%	4,45		

Nota: Fa= Frecuencia absoluta; Fr= Frecuencia relativa; Ind.= Indicador; Dim.= Dimensión

Fuente: Elaboración propia, 2022.

En lo atinente a los datos que muestran el ítem 2, en el cual se interrogó a la población encuestada sobre si la empresa orienta a sus colaboradores en el rumbo a seguir para alcanzar las metas deseadas, el 85% respondió que siempre se instruye al personal sobre las acciones a seguir; mientras que, el 15% manifestó que casi siempre se hace; no se obtuvieron respuestas para las opciones a veces, casi nunca y nunca; en este sentido, la media se ubicó en 4,85 constituyendo muy alta presencia. El ítem 3 sobre si la empresa estimula el despertar de nuevos talentos para incorporarse al equipo de trabajo, la población estudiada manifestó en un 30% que siempre; mientras que el 50% expresó casi siempre; y, el 20% de la población opinó que a veces; no se obtuvieron respuestas para las opciones

casi nunca y nunca; la media del ítem arrojó un valor de 4,10 ubicándose en alta presencia.

En el caso del indicador “comunidad”, se preguntó a los encuestados en el ítem 4 si la empresa organiza su grupo de trabajo para estudiar las necesidades del entorno, se observó que el 40% de la población encuestada manifestó que siempre se manifiesta; mientras que, el 16% tendió a responder que casi siempre; en tanto que, el 45% opinó que algunas veces ocurre; no se obtuvieron respuestas para las opciones casi nunca y nunca; la media del ítem se asentó en un valor de 3,95 con alta presencia.

Igualmente, la población encuestada en respuesta al ítem 5, relativo a si la empresa vincula a personas de la comunidad para desarrollar sus procesos de trabajo, se

observó que el 30% manifestó que siempre se manifiesta; mientras el 20% tendió a responder que casi siempre; en tanto, el 40% opinó que algunas veces ocurre; por el contrario, el 5% consideró que casi nunca; y, otro 5% nunca; mostrando una media del ítem en alta presencia con un valor de 3,65.

En el ítem 6, se registró la respuesta relativa a si la empresa dialoga con la comunidad para crear alianzas entre ellos, se observó una respuesta diferente, donde 15% de la población manifestó que siempre se realizan los diálogos; mientras que otro 15% expresó que casi siempre ocurre; en tanto que otro 45% manifestó que a veces; y, el 25% casi nunca; la media del ítem fue de un valor de 3,20 constituyendo moderada presencia.

En cuanto al tercer indicador relativo a “**cooperación colectiva**”, en el ítem 7, se observó que, el 30% de la población encuestada consideró que siempre las empresas cuando su equipo de trabajo desconoce una actividad muestran su disposición de ayudar para el logro de los objetivos en común; otro 26% expresó que casi siempre ocurre; un 25% a veces; observando que el 15% opinó que casi nunca; y, el 5% nunca; la media del ítem fue de 3,60 mostrando alta presencia.

En relación con el ítem 8, relativo a si la empresa coordina las funciones a cumplir por su equipo de trabajo para evitar errores, se denotó que el 35% de la población encuestada expresó que siempre se coordinan; otro 35% manifestó que casi siempre ocurre; y, otro 30% a veces; no se registró respuestas para las opciones casi nunca y nunca; la media del ítem fue de 4,05 representando una categoría de alta presencia.

Respecto al ítem 9, si la empresa participa con organizaciones similares para trabajar de manera integral en el mercado que comparten las funciones a cumplir por su equipo de trabajo para evitar errores, se observó que el 55% manifestó que siempre; un 35% sostuvo que casi siempre se realiza; otro 10% algunas veces; por otra parte, el 0% opinó que casi nunca se observa y un 0% nunca; el resultado promedio del ítem fue de 4,45 constituyendo muy alta presencia.

Observando los resultados de medición de la dimensión “**factores de la economía solidaria**”, se observa las medias aritméticas de los indicadores donde se evidencia que el factor colaboración, registró muy alta presencia con una media de 4,6; seguido del indicador cooperación colectiva, con una media de 4,0; lo que según el baremo establecido para la interpretación de las medias infiere una alta presencia. Por otra parte, el factor comunidad registró una media de 3,6, que según el mencionado baremo infiere una alta presencia.

En ese sentido, los resultados derivados de la investigación evidencian coincidencias con el postulado de Pérez (2017), quién indica que la economía solidaria desde sus factores es conducente a la integración de iniciativas, en el cual debe cumplir con la condición de necesidad, de cohesión social y la existencia de otros factores esenciales para la aparición de ella.

Por otra parte, Valencia y Gallego (2013) expresan que la solidaridad en sus acepciones de colaboración común, comunidad, cooperación colectiva, se despliega como un factor económico, lo cual coincide con los hallazgos encontrados en la presente investigación. Por consiguiente, la unión de conciencias, emociones, voluntades en pos del logro de un objetivo común, compartido, incrementa, multiplica el logro de este objetivo o de esta actividad.

Conclusiones

En el análisis de la economía solidaria como una visión integradora en pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía Wayuu, específicamente con relación a los factores de la economía solidaria en estas empresas en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha en Colombia, se pudo conocer que el factor con mayor presencia en el desarrollo de la economía social es la colaboración, seguido de la cooperación colectiva, y la comunidad. Estableciendo con esto, que dichas empresas promueven activamente el comunitarismo, la

cooperación, un justo beneficio, la satisfacción de las necesidades humanas, el consumo responsable, el comercio justo y enfatizan el desarrollo económico a escala humana.

De allí se concluye que, la economía solidaria está soportada en las capacidades endógenas de las comunidades Wayúu, donde hacen vida las pymes comercializadoras de artesanía, y que mediante su actividad comercial contribuyen con los indicadores económicos y de sostenibilidad de la región Guajira, logrando un negocio rentable que aporta valor a los grupos familiares amén de desarrollo local del distrito especial turístico y cultural de Riohacha.

Por tanto, se sugiere fortalecer los factores de comunidad y cooperación colectiva, de forma que contribuyan al desarrollo de prácticas orientadas a consolidar pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor, como medio para alcanzar el desarrollo local donde se desenvuelven.

Referencias bibliográficas

- Arias, F (2016). *El proyecto de investigación*. Editorial Episteme.
- Austroulakis, N. (2013). Desafiando a la economía convencional: Un paradigma ético del desarrollo. *Problemas del Desarrollo*, 44(175), 33-53.
- Bernal, C. A. (2016). Metodología de la Investigación: Administración y economía, humanidades y ciencias sociales. Editorial Pearson Educación.
- Boza-Valle, J. A., y Manjarez-Fuentes, N. (2016). Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en ecuador. *Ingeniería Industrial*, 37(2), 208-217.
- Cabal, C. C., Fajardo, C. L., y Donneys, O. A. (2008). *Normatividad para el sector de la Economía Solidaria en Colombia*. Editorial Kinesis.
- Calanchez, Á., Ríos, M. A., Zevallos, R. L., y Silva, F. J. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(1), 275-287. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37691>
- Calle, J. S., e Isaza, G. M. (2019). Cooperativismo como compromiso para la construcción de la paz en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(E-1), 156-169. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i1.29606>
- Cantillo, N., Paz, A., y Ojeda, J. (2021). Marketing verde en Pymes comercializadoras y distribuidoras de artesanía Wayúu. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1-22. <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4408>
- Cantillo, N., Pedraza, C., y García, J. (2019). *Bienestar laboral en la gestión de talento humano en el sector farmacéutico. Nuevos desafíos en la gerencia global*. Pragmática
- Charris, L. M., Paz, A., y Sánchez, I. (2020). *Turismo comunitario. Estrategia de desarrollo para las rancherías turísticas Wayúu en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha*. Editorial Universidad de la Guajira.
- Coraggio, J. L. (Ed.) (2012). *Conocimiento y políticas públicas de Economía Social y Solidaria. Problemas y propuestas*. IAEN Instituto de Altos Estudios Nacionales.
- Decreto 1714 de 2012. Por medio del cual se reglamenta la Ley 454 de 1998 en lo referente al Consejo Nacional de la Economía Solidaria (CONES). 15 de agosto de 2012.
- Eizaguirre, S. (2016). De la innovación social a la economía solidaria. Claves prácticas para el desarrollo de políticas públicas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (88),

- 201-230
- Forero, J. (2003). Economía campesina y sistema alimentario en Colombia: Aportes para la discusión de la seguridad alimentaria en Colombia. En *Memorias Seminario regional Desarrollo Rural y Soberanía Alimentaria*. Universidad Nacional sede Medellín, Vamos Mujer, Ecofondo, CIER Y CORPOICA. <https://www.scienceopen.com/document?vid=30ca1c83-2102-4686-a581-6162329c21da>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. D. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Ley 454 de 1998. Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones. 4 de agosto de 1998. Diario Oficial No. 43.357.
- López, L. J. (2022). La Economía solidaria como gestión para el desarrollo local y de la calidad de vida. *Reflexiones Contables*, 5(1).
- Matadamas, I. A., Cruz, B. C., y Toledo, A. (2021). Economía solidaria en redes familiares de artesanos en San Pedro Cajonos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 514-529. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.5>
- Méndez, C. (2013). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Editorial Limusa.
- Paella, S., y Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL).
- Palenzuela, L. (2015). La Economía Popular y Solidaria. Una visión crítica de ese movimiento en América Latina. *Revista Temas de la Economía Mundial*, (27), 43-58.
- Paz, U., Paz, A., Estaba, R. y Burgos, M. (2022). *Reflexiones sobre el proceso de investigación*. Editorial Pragmatika.
- Paz, A., Prieto, R., y García, J. (2015). Responsabilidad social como alianza para el desarrollo sostenible en empresas carboníferas. *Memoria Primer Congreso Internacional de Energías Renovable*. Cierg.
- Pedraza, C., Cantillo, N., García, J., y Prieto, R. (2018). Análisis de los valores ambientales presentes en empresas del sector lácteo. En R. Prieto, A. Urribarrí y A. Paz (Comps.), *Sustentabilidad en las organizaciones: Acciones y perspectivas del presente con visión de futuro* (pp. 11-44). Editorial Universidad Simón Bolívar
- Pérez, Á. (2017). Aproximación a la Economía Social y Solidaria: Cooperativismo venezolano. *Economía*, XLII(43), 175-210.
- Pérez, J. C., y Etchezarreta, E. (2015). Sobre el concepto de economía social y solidaria: aproximaciones desde Europa y América Latina. *Revista de Economía Mundial*, (40), 123-144.
- Prieto, R., Céspedes, J., y Palacios, A. (2017). *Desarrollo organizacional y gestión humana en contextos globalizados*. Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Razeto, L. (1994). *Fundamentos de una Teoría Económica Comprensiva*. Ediciones PET.

- Rocha, J. J., Julio, J. J., y Semprun, R. A. (2021). Economía social como alternativa ante una sociedad post coronavirus. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 147-162. <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i2.35904>
- Rojano, Y. N., Contreras, M. M., y Mendoza, D. L. (2016). Prácticas del mercado artesanal de la etnia wayú en Riohacha (La Guajira, Colombia): Estudio etnográfico. *Pensamiento & Gestión*, (41), 262-288.
- Tapia, E. P., Tapia, S. M., Moscoso, J. L., y Ortiz, H. D. (2017). Economía solidaria: Estrategia alternativa para el desarrollo local. *Revista Visión Gerencial*, 16(2), 313-323.
- Valencia, L. M., y Gallego, L.A. (2013). Factor C-comunidad, factor dinamizador en las organizaciones solidarias. *Cooperativismo & Desarrollo*, 21(103), 69-80.
- Velasco, B. M., Quintana, S. O., y Avendaño, W. R. (2020). Emprendimientos de economía solidaria en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(3), 572-587. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33392>
- Vélez, J. M. (2014). Construcción del concepto de economía solidaria: Una mirada a la teoría económica comprensiva. *Cooperativismo & Desarrollo*, 22(105), 17-29. <http://dx.doi.org/10.16925/co.v22i105.690>