

“Estado del Arte y Propuesta Metodológica de Mejora de Intervención en Asociatividad en las Comunidades Artesanales con Énfasis en Propiedad Intelectual”

[Informe final de capacitación sobre asociatividad y propiedad intelectual]

Fundación CREATA

Fecha: 2016

INFORME FINAL

Fundación CREATA

Fecha: 15 de febrero de 2016

1. INTRODUCCIÓN

Desde 2008 el “Proyecto de Propiedad Intelectual y Artesanías” tiene como pilar el tema asociativo, de tal forma que las comunidades artesanales puedan colectivamente ser titulares de un signo distintivo. El objetivo es que el uso no sea solamente durante el trámite, sino también a futuro (sostenibilidad), mediante intervenciones permanentes de seguimiento y asesoría en diversos temas.

Fundación CREATA, Artesanías de Colombia S.A. y el Instituto Federal Suizo de Propiedad Intelectual (IPI) a través del Proyecto COLIPRI, trabajaron de la mano para liderar una iniciativa encaminada a generar un análisis y propuesta metodológica de mejora de la intervención en Asociatividad en las comunidades artesanales con énfasis en Propiedad Intelectual.

Para lograr este objetivo, se diseñó un formato para el levantamiento de información con las instituciones (ver Anexo I), formato que fue aplicado en varias visitas de levantamiento de información en instituciones públicas y privadas que hayan o estén trabajando en Asociatividad aplicada al sector artesanal (FUNDES (aliado de Aid to Artisans), Fundación Etnollano (Operador de Artesanías de Colombia), Artesanías de Colombia, SENA Guajira, SENA Caldas, Cámara de Comercio Guajira, Cámara de Comercio Caldas y Organizaciones Solidarias).

Igualmente se realizaron visitas y recopilación de información con organizaciones que a pesar de no trabajar en este momento con el sector artesanal, tienen gran experiencia en proyectos productivos, generación de ingresos y emprendimiento con comunidades rurales en el país (ACDI/VOCA, TechnoServe y FENALCO).

Durante los meses de octubre y noviembre se llevó a cabo el diseño de un formato para el levantamiento de información con los grupos artesanales (ver Anexo II) y se realizaron tres visitas a campo, con el fin de entrevistar a los grupos artesanales de:

- **La Guajira:** lideresas tejedoras indígenas wayuu (6 grupos).
- **Aguadas:** Cooperativa Artesanal de Aguadas, Palmato SAS y Artesanías de Aguadas.

- **Curití:** ASTECUR (Ecofibras, Cacique Cuití, Hilamos Arte, Hilos Curití, Anudados Trenzados y Tejedoras de Curití), AREAGUA y Huellas Ancestrales).

2. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Partimos de la hipótesis que el tema de Asociatividad va más allá de la conformación legal de un grupo de personas y que se considera importante el fortalecimiento de al menos tres componentes:



2.1. Comentarios durante el taller de socialización: ¿Qué factores se deben considerar en un proyecto o iniciativa artesanal para que un proceso asociativo sea exitoso? – Comentarios de los asistentes

- Los grupos deben tener objetivos y características en común
- Identificación de líderes.
- Relación de confianza → lleva a sostenibilidad
- Es importante el nivel de compromiso de las personas para que funcione la asociatividad
- Definición de roles
- La asociatividad debe ser un punto de llegada, más no un punto de partida.
- Es importante entender que los procesos los componen **personas**

2.2. ¿CÓMO SE ESTÁ ABORDANDO ACTUALMENTE LA ASOCIATIVIDAD?

- 10 de las 11 organizaciones entrevistadas abordan la asociatividad como tema tangencial.
- Entienden el término “asociatividad” como la conformación legal de una empresa

- **Sector público:** incentiva la creación de empresas y el fortalecimiento de existentes.
- **ONG's:** incentivan el fortalecimiento de empresas existentes.

En muchos casos no se tienen en cuenta los objetivos y las metas en el momento de escoger la figura bajo la cual conformarse legalmente y tampoco se tiene en cuenta su experiencia trabajando en equipo.

Conclusión: En plenaria se concluye que la Asociatividad se debe abordar en todos los proyectos como un área de intervención transversal, la comunidad debe trabajar en equipo, debe llegar a acuerdos y formalizarlos para:

- Trabajar en el mejoramiento de su portafolio de productos y sus procesos productivos.
- Mejorar las habilidades y procesos de formación de la administración de su microempresa.
- Diseñar e implementar estrategias de mercadeo y comercialización.

“La comunidad debe trabajar en su modelo asociativo incluso en el proceso de diseño de una nueva colección”

2.3. TIEMPOS DE LAS INTERVENCIONES

- **Sector público:** Intervenciones tienen una duración de meses o máximo 1 año. Preocupación falta de continuidad por parte de los servidores públicos entrevistados.
- **Sector privado:** intervenciones mínimo 2 años.
- Iniciativas condicionadas por el presupuesto más no por la necesidad
- Cada vez hay menos presupuesto y menos tiempo de intervención.
- No existe concordancia entre los tiempos que toman las comunidades (principalmente étnicas) para tomar decisiones y los tiempos y ritmos que exigen las instituciones a sus operadores.
- En la opinión de los artesanos: Los tiempos no han sido constantes e intensivos.
- No se contemplan fases de seguimiento ni de empalme.

Conclusión: Generalmente las iniciativas que se plantean en los proyectos son ambiciosas, es importante contemplar acompañamientos de mínimo dos años. Es pertinente incluir fases de seguimiento y fases de empalme.

Los planes de trabajo en campo de los operadores y sus equipos de trabajo deben ser intensivos, deben tener metas claras y procesos de planeación minuciosos.

2.4. BENEFICIARIOS DE LAS INICIATIVAS

Instituciones públicas: Formulan proyectos para grupos específicos.
Reciben solicitudes de los beneficiarios.

Cámaras de Comercio: Formulan proyectos con convocatorias abiertas.

ONG's: Informan que los financiadores determinan la población objetivo (de acuerdo a su área de influencia, su objetivo misional, estrategias de las agencias de Cooperación acordadas con los Gobiernos)

2.5. INDICADORES DE MEDICIÓN DE RESULTADOS

Generales (utilizados en organizaciones públicas y privadas)

- Número de beneficiarios atendidos
- Empresas por fortalecer
- Horas de capacitación
- Número de alianzas comerciales realizadas

Exclusivos de Instituciones públicas:

- Ventas generadas en eventos comerciales.
- Unidades productivas generadas.
- Empresas por crear.

Exclusivos de Instituciones privadas:

- Ingresos generados por unidad productiva
- Aumento en la capacidad de producción
- Mejoramiento contable
- Mejoramiento en el uso de créditos.

Indicadores de Línea base:

- Caracterización socioeconómica.
- Diagnóstico del oficio.
- Diagnóstico empresarial.

Para reflexionar:

Factibilidad de los indicadores de ventas/ingresos:

¿Se puede realmente alcanzar los niveles de ventas necesarios para que los beneficiarios reciban los ingresos que los proyectos proponen?

Ejemplo: Indicador (Los artesanos del grupo reciban por la actividad artesanal al menos \$300.000 / mes). La Cooperativa es responsable al menos de 100 artesanos.

- Un sombrero vale \$40.000.
- Se paga por mano de obra el 50% es decir \$20.000.
- $\$300.000 / \$20.000 = 15$ sombreros por artesano (no tiene un artesano esa capacidad de producción).
- Hipotéticamente si tuviera la capacidad de producción cada artesanos produciría 15 sombreros mes X 100 artesanos = 1,500 sombreros mes.
- $1.500 \text{ sombreros} \times \$40.000 = \$60.000.000 / \text{mes} = \$720.000.000 / \text{año}$.
- Setecientos veinte millones de pesos al año es un nivel de ventas muy alto para una comunidad artesanal.

Otros indicadores encontrados:

- Vinculación de personas a las unidades productivas.
- Inclusión de género (mujeres en la parte administrativa, hombres en el tema productivo)
- Vinculación de jóvenes, inclusión en el uso de las TIC's.
- Indicadores cualitativos como (Mejoramiento de la calidad de vida, bienestar comunitario, empoderamiento).

Comentarios durante el taller de socialización:

- El indicador de creación de puestos de trabajo no aplica para el trabajo con artesanos.
- ¡Cuidado con los términos al poner los indicadores! (Ej.: “unidades productivas”. ¿Se mide por persona, por familia, por hogar?)
- Indicadores según funciones y competencias.

2.6. METODOLOGÍAS ACTUALES DE INTERVENCIÓN

- Se buscan aliados estratégicos que aborden el tema de asociatividad.
- No hay unos lineamientos estratégicos acordados entre la entidad contratante – la entidad operadora y el consultor
- No hay un perfil definido, en ocasiones pesa más la formación académica que la experiencia o viceversa
- Las instituciones reconocen la importancia de talleres teórico - prácticos y que los talleres deben pasar por un proceso de traducción (lengua y conceptos).

2.7. PROBLEMÁTICAS ENCONTRADAS EN LAS COMUNIDADES

SELECCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS

- Grupos con pocos objetivos en común, debilidades en los planes para alcanzar esos objetivos e importantes niveles de desarticulación.
- No se ha identificado el real espíritu emprendedor de los beneficiarios de los proyectos.

SELECCIÓN Y FORMULACIÓN CONJUNTA

- Las comunidades manifiestan que muchos proyectos no han conseguido los resultados porque a la comunidad beneficiaria no le interesó la intervención.

BUENAS PRÁCTICAS EN LA OPERACIÓN DEL PROYECTO:

- Los grupos manifiestan que hay muchos operadores o instituciones en las zonas desarrollando actividades muy parecidas.

ABORDAR LA ASOCIATIVIDAD COMO UN EJE TRANSVERSAL

- En la mayoría de las comunidades hay un solo líder, falta formación en liderazgo, trabajo en equipo y resolución de conflictos.
- Se identificaron grandes vacíos en las áreas administrativas: administración del recurso humano, físico y económico.
- Se conocen casos en los que las experiencias asociativas no exitosas generan conflictos y rupturas en el tejido social de las comunidades que son muy difíciles de resolver.
- Se identificó que los artesanos independientes no saben costear sus productos, los venden a precios muy bajos y perjudican el proceso de mercadeo y comercialización.

Comentarios durante el taller de socialización:

- No hay un diagnóstico ni una planeación de los proyectos.
- Es necesario involucrar a la gente en la formulación de los proyectos.
- Usar diagnóstico como insumo para la formulación de proyectos.
- “Uno llega y se enamora del producto, pero cuando habla con el artesano, no quiere trabajar”.
- “Debemos tratar de dejar de imponer nuestro pensamiento centralista en comunidades donde no funciona así”.
- Hay que romper los esquemas de intervención, acercándose a la persona que participa de los procesos (“No ser la persona que lleva el sastre”).
- “Es importante tener en cuenta que muchos artesanos en el país no son productores de artesanía de tiempo completo”.

BIBLIOGRAFÍA

- **Artesanías de Colombia S.A.**

2014 “Diagnóstico Socioeconómico de las Artesanas Wayúu en el Departamento de La Guajira”

2014 “Proceso Organizativo Comunidad Wayúu”, informe escrito en el marco del Proyecto Orígenes: Honrando las Raíces de la Artesanía Colombiana.

- **Fuentes de Internet**

- Organizaciones Solidarias
<http://www.orgsolidarias.gov.co/?q=educaci%C3%B3n-solidaria>, consultado el 14 de octubre de 2015.
- Fundación para el Desarrollo Sostenible
<http://www.fundes.org/#aboutfundes>, consultado el 13 de octubre de 2015.
- Programa ACDI/VOCA <http://www.acdivoca.org.co/quienessomos.php>, consultado el 16 de noviembre de 2015.
- Fundación Etnollano http://www.etnollano.org/?page_id=51, consultado el 20 de noviembre de 2015.
- TechnoServe <http://espanol.technoserve.org/nuestro-trabajo/como-trabajamos>, consultado el 22 de noviembre de 2015.
- Instituto SENA <http://www.sena.edu.co/regionales-y-centros-de-formacion/Paginas/Regionales-y-Centros-de-Formacion.aspx>, consultado el 03 de diciembre de 2015.
- Instituto SENA
<http://www.sena.edu.co/oportunidades/emprendimiento-y-empresarismo/Jovenes%20Rurales%20Emprendedores/Paginas/Jovenes-Rurales-Emprendedores.aspx>, consultado el 03 de diciembre de 2015.
- Instituto SENA – Caldas <http://www.sena.edu.co/regionales-y-centros-de-formacion/zona-andina/Caldas/Paginas/Caldas.aspx>, consultado el 03 de diciembre de 2015.
- Cámara de Comercio – Guajira
<http://camaraguajira.org/nosotros/mision-vision-y-valores.html>, consultado el 03 de diciembre de 2015.
- Programa emprender <http://emprender.org.br/sobre>, consultado el 03 de diciembre de 2015.
- Cámara de Comercio Manizales por Caldas
http://www.ccmpc.org.co/ccm/nosotros/?Pages_Id=12, consultado el 04 de diciembre de 2015.
- Cámara de Comercio Manizales por Caldas
http://www.ccmpc.org.co/ccm/nosotros/?Pages_Id=11, consultado el 04 de diciembre de 2015.
- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) – La fuerza que une a Caldas <http://www.fenalcocaldas.com/quienes-somos>, consultado el 08 de diciembre de 2015.

- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) - Historia <http://www.fenalco.com.co/contenido/375>, consultado el 08 de diciembre de 2015.

- **Organizaciones Solidarias**

2013 “ABC del Sector Solidario – Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias” en: Revista de Organizaciones Solidarias. Edición No.7, 29 de Noviembre de 2013. Bogotá Colombia.

2.8. ANEXOS

Anexo I: Formato de preguntas para Instituciones

- **LÍNEAS DE ACCIÓN DE LAS ORGANIZACIONES**

- ➔ De acuerdo a los objetivos o la misión de esta organización: ¿qué tipo de proyectos se realizan o apoyan? proyectos de generación de ingresos, rescate cultural, fortalecimiento institucional, fortalecimiento organizativo...
- ➔ ¿Se aborda la Asociatividad como eje central o como tema tangencial que surge durante el trabajo con las comunidades? ¿Con qué objetivo?
- ➔ ¿En qué sectores productivos, temas, iniciativas ha trabajado la Asociatividad (turismo, artesanos, proyectos productivos)?
- ➔ ¿Hay información sobre por lo menos un caso exitoso/no exitoso? ¿cuáles fueron los factores para que la iniciativa fuera exitosa? ¿Cuáles fueron las lecciones aprendidas?
 - Nombre del Proyecto
 - Región que se trabajó
 - Tipo de población
 - Tiempo de duración
 - Quién financió

- **BENEFICIARIOS:**

- ➔ En el marco de sus proyectos ¿cuál es su indicador para medir el impacto de éste? (Número de beneficiarios (unidad familiar o como persona), ingresos generados, ventas, unidades empresariales atendidas etc.)

- ¿Es una política de la organización el medir los impactos en términos cuantitativos de beneficiarios o esto es condicionado por el donante, financiador o contratante?
- ¿Hay un estándar (número mínimo de empresas por región, número mínimo por unidad productiva u organizaciones, otro?)
- Idealmente cuántas personas deberían estar asociadas para que un proceso sea sostenible
- Objetivo de la entidad en cuanto a Asociatividad (conformación legal, fortalecimiento organizativo, que la comunidad se plantee unas metas y las cumpla, aumento de ingresos, acceso a servicios...)
- ¿Durante la ejecución de este tipo de procesos, cómo es la continuidad en cuanto a participación de los beneficiarios o participantes?
 - ¿Al inicio hay un número y al finalizar otro?
 - Causas de deserción (afán en ver resultados por parte de los grupos, falta de entendimiento del proceso)

• **METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS DE INTERVENCIÓN**

- ¿Las comunidades se acercan a usted o usted va hacia ellas?
- ¿Levantar línea base / caracterización / diagnóstico antes de realizar la intervención? ¿De qué tipo?
- ¿Cómo interviene la comunidad en los proyectos? (¿en la formulación **conjunta con los grupos si/no**, ejecución, toma de decisiones...)?
- ¿Cuál ha sido la metodología de trabajo (aplicación de modelos, procesos, acompañamiento puntual)
- ¿Cuál es el tiempo de tiempo de acompañamiento/visita? ¿Hay una continuidad en el acompañamiento de los procesos? ¿Cómo? (**contratan gente regional**)
- ¿Qué tipo de herramientas implementa? (charlas, talleres, capacitaciones...) ¿Dónde son? ¿Hay herramientas pedagógicas? ¿Teórico-Práctico?

<p>→ ¿En qué temas? (¿entendiendo el proceso como una cadena/solo eslabones?)</p>	<p>¿Cuál es el producto?</p>
--	------------------------------

- | | |
|--|--|
| | |
|--|--|
- ➔ ¿Cómo son los procesos de formación en Asociatividad para los formadores?
 - ➔ ¿Qué tipo de profesionales se están contratando para el desarrollo de estas iniciativas (profesiones, experiencia)? ¿Cómo es el proceso de reclutamiento (gente local/de otras regiones, especialistas externos, en caso de comunidades, se hace un “intercambio de saberes” etc.)?
 - ➔ ¿La organización fomenta el relacionamiento entre diferentes comunidades u organizaciones similares? *Redes de alianzas entre asociaciones afines, vincular otros actores de la cadena productiva ¿Cómo? ¿Para qué?*
 - ➔ ¿La organización apoya la conformación de figuras de segundo orden? (*En caso de que si, ¿por qué? Y ¿con qué fin?*)
 - ➔ ¿Cómo es el proceso de selección del tipo de figura asociativa para cada grupo? ¿Deben estar constituidos legalmente antes de recibir apoyo por su parte?
 - ➔ Pensando más allá de los estatutos y temas legales, ¿qué mecanismos está utilizando para promover el funcionamiento de las organizaciones asociativas? (*qué pasa después de ser conformado legalmente un grupo, se apoya el paso a paso de cómo funciona la asociación y las funciones que tiene cada miembro*)
 - ➔ ¿La figura jurídica contempla modelos de distribución de ingresos? (*tanto administrativos para mantener la asociación/cooperativa etc., cómo para los asociados y sus funciones*) - Se han capacitado a los beneficiarios en el manejo y administración de los ingresos, que fines y usos tienen las ganancias generadas
 - ➔ ¿Tiene información sobre la efectividad en la escogencia de la figura jurídica por parte de las organizaciones asociativas? Es decir, por ejemplo, si se constituyó una cooperativa, ¿esta figura realmente respondía a las necesidades de fomento de la actividad productiva de la comunidad/del grupo?
- **RESULTADOS**
 - ➔ ¿Qué resultados han generado las intervenciones?
 - ➔ Hay una sistematización y posterior análisis de estos resultados ¿se tienen estadísticas nacionales?
 - ➔ ¿Cómo se comparten los resultados? (*está abierto a consulta externa de su organización// se hace una socialización con los grupos*)

- **DIFICULTADES Y LECCIONES APRENDIDAS**

- ➔ ¿Qué factores no pueden faltar en un proceso exitoso de Asociatividad?
- ➔ ¿Qué problemas se han encontrado en el desarrollo de estos programas?
- ➔ ¿Cuáles son las lecciones aprendidas?

- **SEGUIMIENTO Y PROYECCIÓN**

- ➔ ¿Qué mecanismos de seguimiento se tienen para verificar el real funcionamiento de estas Asociaciones?, es decir validar no solamente su estado de actividad en cuanto a su inscripción en cámaras de comercio sino a la real operación que estas organizaciones están teniendo. ¿Se estará cumpliendo con el objeto social de los productores apoyados por su organización?
- ➔ ¿Qué porcentaje de las organizaciones que han sido beneficiadas de los programas de Asociatividad se encuentran aun operando?
- ➔ Después de terminar el proyecto, ¿Qué información se tiene y qué mecanismos existen para validar el número real de beneficiarios activos? Esto viéndolo desde la perspectiva de beneficiarios activos que trabajan articulados con su Asociación y también de beneficiarios activos porque cumplen con los requerimientos estatutarios de la Asociación tales como: pago de aportes, asistencia a reuniones, entrega de cuotas de producción, entre otras.
- ➔ ¿Se contemplan segundas, terceras etc. fases con los grupos apoyados anteriormente? ¿Con cuáles? ¿Por qué?
- ➔ ¿Qué temas se abordarían en esas fases?

Anexo II: Formato de preguntas a aplicar en campo

ENCUESTA DE CAMPO COMUNIDADES

OBJETIVO: Realizar una encuesta corta y concisa acerca de las condiciones bajo las cuales la comunidad percibe que ha recibido el acompañamiento de un ente particular/oficial para determinar posteriores resultados de la gestión aplicada. Vale la pena resaltar que no se puntualiza en valores de ingreso específicos dado el objetivo preliminar de la encuesta

NOMBRE (PERSONA O EMPRESA)

FECHA DE VISITA

DESCRIPCION DEL GRUPO DE EMPRENEDORES O EMPRESA

Dar una descripción detallada de la organización a encuestar, determinar cuál es la actividad económica de la misma y hace cuánto tiempo lleva a cabo la actividad productiva. Especificar desde cuándo se encuentran legalmente constituidos. Especificar si hay otra actividad económica que les genera ingresos

CONDICIONES GENERALES

1 Cuantas personas conforman el grupo

2 ¿Cuántas personas son realmente activas y productivas?

3Cuál es el promedio de edad de las personas involucradas

4Cuál es la proporción en cuanto a sexo (F/M)

5 Personas beneficiadas por ingresos del asociado (incluyéndose)

6 Mapa de actores interno de la organización (desde la materia prima hasta la venta)

7 Mapa de actores externo (alianzas, otros productores, instituciones)

FORMACION

8 Recibieron o reciben acompañamiento por parte de alguna empresa SI NO

Nombre de empresa y tiempo en meses de presencia

9 ¿Se articula con otras comunidades o grupos
artesanales para trabajar? Para ir a ferias, para
tinturar, para cumplir un pedido...

SI NO

En caso de ser afirmativo: ¿Cuáles y con qué fin?

VARIABLES DE CAPACITACION

1 ¿El acompañamiento se hace a través de varios
0 asesores? Cant _____

SI NO

1 ¿Cuentan con formación social?
1

SI NO

Si es afirmativo ¿cuál? RSE, asociatividad, liderazgo, trabajo en equipo, desarrollo del ser,
democracia, ética, convivencia

1 Cual fue el tiempo dedicado para la capacitación (horas)
2

1 ¿Cuentan con formación Administrativa?
3

SI NO

Si es afirmativo ¿cuál? Tipos de emprendimiento, modelos de asociatividad, requisitos para
constitución creación y formalización de empresas, órganos administrativos, resolución de
conflictos, etc.

1 Cual fue el tiempo dedicado para la capacitación (horas)
4

1 ¿Cuentan con formación financiera y contable?
5

SI NO

Si es afirmativo ¿cuál? Contabilidad básica, bancarización, finanzas

1 Cual fue el tiempo dedicado para la capacitación (horas)
6

1 ¿Cuentan con capacitación es aspectos técnicos
7 para la actividad que realiza la empresa?

SI NO

Si es afirmativo ¿cuál? Dependiendo la actividad que realizan y otras como salud ocupacional, ARL

1 Cual fue el tiempo dedicado para la capacitación (horas)
8

1 ¿Cuentan con formación comercial?
9

SI NO

Si es afirmativo ¿cuál? Proceso de ventas, relaciones con los clientes, manejo de objeciones

2 Cual fue el tiempo dedicado para la capacitación (horas)
0

2 ¿Alguna de las capacitaciones recibidas se ha
1 repetido?

SI NO

¿Cuál?

VARIABLES DE RESULTADO

2 ¿La empresa o el grupo recibió aportes para el inicio
2 de su actividad?

SI NO

Validar si multiplicaron el aporte con el resultado de ingresos de la siguiente pregunta

2 ¿La empresa o el grupo generó ingresos luego de su
3 creación?

SI NO

Explique para determinar causas de debilidad en ingresos y si existe ingreso constante

2 ¿La empresa o el grupo sigue generando ingresos?
4

SI NO

Explique para determinar si existe ingreso constante

2 ¿La empresa o el grupo ha adquirido activos?
5

SI NO

Explique para determinar generación de riqueza y fortalecimiento empresarial

2 Situación financiera actual (equipos, efectivo,
6 maquinaria, producto en proceso, producto terminado, materia prima, deudas y préstamos)

2 Estado legal de la Asociación (matricula mercantil,
7 impuestos: retfuente, IVA y declaración de renta)

2 Estructura Administrativa / Están claros los roles de
8 cada miembro (de la junta, de la asociación etc.)

2 ¿Cuál es el porcentaje de rotación de los integrantes
9 del grupo o empresa?

SI NO

Indicador para determinar sentido de pertenencia y confianza en la empresa

3 Formas de trabajo (En su casa, de forma grupal, por
0 pedido)

3 De los apoyos recibidos, ¿han promovido el trabajo
1 en equipo con otras organizaciones similares a la suya?

3 Si le interesara, ¿cuál sería el objetivo de trabajar con
2 una organización similar?

3 La empresa o el grupo se encuentran bancarizados?
3

SI NO

Explique para determinar fortalecimiento financiero y si cuentan o no con cupos de endeudamiento aprobados para determinar confianza del sector financiero

3 ¿La empresa o el grupo cuentan con cupo de
4 endeudamiento?

SI NO

Sobregiro o cartera en general

3 ¿Cuántos clientes promedio tiene la empresa o el
5 grupo económico?

3 ¿La empresa o el grupo ha recibido visitas del
6 ministerio de Trabajo y/u otro órgano de control?

SI NO

Observaciones recibidas para validar debilidades en
estructura administrativa y financiera

3 Considera adecuado el acompañamiento
7 proporcionado en términos de tiempo y capacitación
para el proceso de emprendimiento?

SI NO

3 Cuáles cree que puedan ser sus dificultades como
8 organización? (En cuanto a reuniones, trabajo en
equipo, mercado, disponibilidad de materias primas,
peleas internas, disputas territoriales, disputas
políticas)

3 ¿Qué tan acertada es la figura legal bajo la cual está
9 constituido? ¿Por qué?

4
0 Lecciones aprendidas: ¿cómo se solucionaron los
problemas internos? ¿Cómo ha sido la toma de
decisiones en el grupo?

4
1 Luego de asociarse notó mejoras (en su calidad de
vida, en la producción, en la calidad de los productos)

VARIABLES SIGNOS DISTINTIVOS

4 Signos distintivos: Tiene algún signo distintivo de
2 propiedad intelectual (denominación de origen, sello
de calidad, marca colectiva)

4 ¿Conoce el signo distintivo que tiene su grupo
3 artesanal? ¿Cuál es?

4 ¿Quién determina el uso y permiso de estos signos?

4
5 Le ha servido para algo este signo? (Mejoría en
ventas, reconocimiento de la marca, distinción en
cuanto al oficio)

OBSERVACIONES

FIRMA ENCUESTADO
