



Retos y tendencias del sector cerámico artesanal de Cúcuta y su área metropolitana

Challenges and trends in the handmade ceramic sector in Cúcuta and its metropolitan area

Alejandra Sarabia Guarín¹, Jorge Sánchez Molina², Julio Alfonso González Mendoza³

¹Ingeniero Industrial. Maestrante en Gerencia de Empresas, Universidad Francisco de Paula Santander. Correo electrónico: alejandra_sguarin@hotmail.com. ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8094-5538>. Universidad Francisco de Paula Santander, Avenida Gran Colombia No. 12E-96 Colsag, San José de Cúcuta, Colombia. Teléfono celular: 3012907215

²Doctor en Avances en Ingeniería de los Materiales y Energías. Correo electrónico: jorgesm@ufps.edu.co. Director del Grupo de Investigación en Tecnología Cerámica GITEC. Director del Centro de Investigación de Materiales Cerámicos CIMAC, Docente titular, Universidad Francisco de Paula Santander. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9080-8526>. Universidad Francisco de Paula Santander, Avenida Gran Colombia No. 12E-96 Colsag, San José de Cúcuta, Colombia. Teléfono celular: 3112308746

³Doctor en Administración de Negocios. Correo electrónico: alfonsogonzalez@ufps.edu.co. DOI <https://orcid.org/0000-0001-6329-3347>. Universidad Francisco de Paula Santander, Avenida Gran Colombia No. 12E-96 Colsag, San José de Cúcuta, Colombia. Teléfono celular: 3153356007

How to cite: A. Sarabia-Guarín, J. Sánchez-Molina y J.A. González-Mendoza, “Retos y tendencias del sector cerámico artesanal de Cúcuta y su área metropolitana”. *Respuestas*, vol. 25, no. S1, pp. 67-79, 2020.

Received on September 20, 2019; Approved on December 03, 2019

ABSTRACT

Keywords:

crafts, ceramics, trends, Cúcuta, challenges, scientific tourism, cultural tourism.

Crafts are recognized worldwide as an economic activity that involves technical, productive, economic, commercial, social, aesthetic and cultural elements, which are strategic importance for the economic and competitive development of a country, generating employment and earnings, and consolidating as an alternative for scientific and cultural tourism. In view of this situation, this document was prepared with the aim of identifying strategic business opportunities for the handcrafted ceramics industry of the Norte de Santander department, especially in the city of Cúcuta and its metropolitan area, derived from the study of its most recent characterization, and the challenges and trends of the sector according to its behavior in Latin America and mega trends. This document is the result of the analysis, systematization and integration of a careful bibliographic review, which includes results of published research, books and documents from public and private institutions on the field of economic sciences, aimed especially at the artisan ceramic sector, with the objective to give an account of the advances and trends that this economic sector must adequately assume before an increasingly globalized society, and that allow to strengthen in the future the processes and dynamics of strategic planning for its productive chain. As a result of the research, it is concluded that due to the importance of crafts for the social and economic development of the region, it is necessary to understand the context in which the artisan activity is carried out with the aim of consolidating bases to promote the generation of policies efficient according to local capacities, with the validation of artisans around the problems and practices of their activity, to transform it into a sustainable productive project, which contributes to the improvement of the living conditions of artisans who generally live in poverty.

RESUMEN

Palabras clave:

artesanía, cerámica, Cúcuta, retos, tendencias, turismo científico, turismo cultural.

La artesanía es reconocida mundialmente como una actividad económica que involucra elementos técnicos, productivos, económicos, comerciales, sociales, estéticos y culturales, que revisten importancia estratégica para el desarrollo económico y competitivo de un país, al generar empleo e ingresos, además se consolida como una alternativa para el turismo científico y cultural. Ante esta situación, el presente documento fue elaborado con el fin de identificar las oportunidades estratégicas de negocios futuros para la industria cerámica artesanal del departamento Norte de Santander, especialmente en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, derivado del estudio de su caracterización más reciente, y los retos y tendencias del sector de acuerdo con su comportamiento a nivel latinoamericano y las mega tendencias. Este documento es el resultado del análisis, sistematización e integración de una cuidadosa revisión bibliográfica, que incluye resultados de investigaciones publicadas, libros y documentos de instituciones públicas y privadas sobre el campo de las ciencias económicas, dirigido especialmente al sector cerámico artesanal, con el objetivo de dar cuenta de los avances y las tendencias que este sector económico debe asumir adecuadamente ante una sociedad cada vez más globalizada, y que permitan fortalecer a futuro los procesos y dinámicas de planeación estratégica a su cadena productiva. Como resultado de la investigación, se concluye que debido a la importancia de la artesanía para el desarrollo social y económico de la región, es necesario comprender el contexto en que se desenvuelve la actividad artesana con el objetivo de consolidar bases para impulsar la generación de políticas eficientes de acuerdo a las capacidades locales, con la validación de los artesanos en torno a las problemáticas y prácticas de su actividad, para transformarla en un proyecto productivo sustentable, que contribuya a la mejora de las condiciones de vida de los artesanos que generalmente viven en pobreza.

*Corresponding author

E-mail address: dpattym7@gmail.com (Doris Patricia Mora Marín)

Peer review is the responsibility of the Universidad Francisco de Paula Santander.
This is an article under the license CC BY-ND



Introducción

“Colombia, un país biodiverso y multicultural, se reconoce en su pluralidad por medio de la artesanía. La riqueza de nuestra Nación se manifiesta en el conocimiento ancestral, las tradiciones presentes en los oficios, el uso de materiales y las expresiones simbólicas que se ponen en juego en el ejercicio artesanal” [1, p. 2].

Las artesanías revisten importancia estratégica para el desarrollo económico y competitivo de Colombia, en tanto se consolidan como una actividad generadora de empleo e ingresos, que aportan al bienestar de la comunidad. Además de contribuir al avivamiento de la cultura y la afirmación de la identidad de las comunidades indígena, afrocolombiana y campesina, que conforman el 70% de la comunidad artesana, cuyos productos son los pocos bienes de intercambio con que cuentan, representa un atractivo comercial para atender necesidades estéticas y utilitarias del mercado nacional e internacional, con potencial para la penetración de mercados verdes y el biocomercio [3], [4].

Sin embargo, sin desmerecer los esfuerzos que actualmente se realizan a través de organizaciones públicas y privada, en Cúcuta y su área metropolitana así como en otras regiones a nivel nacional, la atención a la actividad artesanal es insuficiente [5], [6]. La subvaloración dada la actividad artesanal por la sociedad en general, la no asignación de mecanismos administrativos de protección al producto y a la actividad, estimada como una producción adicional sin gran impacto económico y social, puede resultar en la incoherencia entre los esfuerzos que se crean para dar una respuesta eficiente y, las necesidades y prioridades que realmente requiere y reclama la actividad.

Es apropiado entonces reconocer la artesanía cerámica como factor de desarrollo socioeconómico y cultural de Cúcuta y su área metropolitana, y proponer acciones que protejan y contribuyan al desarrollo de esta actividad, para incorporarla al tejido económico, a través del mejoramiento de la calidad de los productos, y de estrategias para aumentar su competitividad. El desarrollo de esta actividad constituye una fuente de generación de empleo de calidad, y el favorecimiento la inclusión social y la diversidad cultura, además de consolidarse como una alternativa para que la región pueda iniciarse en un tipo de turismo científico y cultural, a través de la explotación

de los derechos de propiedad intelectual, de base en la economía creativa, lo que exige una redefinición de las estrategias comerciales y de sostenibilidad del sector y su adecuada inserción en la cadena de valor de la oferta comercial y turística regional [7].

La artesanía se encuentra definida como uno de los sectores que se integran en las industrias creativas, siendo esta un factor esencial que marcará el desarrollo de las sociedades en este siglo. La economía creativa se caracteriza por ir más allá de los factores tradicionales de producción analizados en la economía; por tanto, la cultura, el conocimiento y la generación de valor por parte de los actores económicos resaltan como factores centrales en los territorios desarrollados, además de constituirse como una herramienta necesaria para el crecimiento económico de las zonas de bajo desarrollo [8].

El creciente interés por los estudios del crecimiento y el desarrollo desde el vértice económico, han estimulado a que existan varias reflexiones en torno a la importancia de modelos de desarrollo que respondan a las necesidades imperantes de la sociedad, en condiciones de globalización, que ha abierto grandes oportunidades a países por las ventajas generadas tras la eliminación de restricciones a la operación de los agentes económicos, sin embargo, también plantea importantes desafíos; por ello es necesario que las empresas aprovechen las corrientes internacionales de bienes, servicios, tecnología y capitales para lograr condiciones de creciente competitividad [9], [10].

El proceso de globalización conlleva a cambios permanentes en el panorama económico, social, político, tecnológico y cultural mundial, obligando a gobiernos, empresas y a la sociedad a implementar mecanismos de adaptación y de creación de ventajas competitivas sostenibles, para poder perdurar en el futuro [11], [12], esto lleva a contemplar el interrogante ¿Cómo adaptar el presente del sector cerámico artesanal para el futuro?

Este documento es el resultado del análisis, sistematización e integración de una cuidadosa revisión bibliográfica, que incluye resultados de investigaciones publicadas, libros y documentos de instituciones públicas y privadas sobre el campo de las ciencias económicas, dirigido especialmente al sector cerámico artesanal, con el objetivo de dar cuenta de los avances y las tendencias que este

sector económico debe asumir adecuadamente ante una sociedad cada vez más globalizada, y que permitan fortalecer a futuro los procesos y dinámicas de planeación estratégica a su cadena productiva.

En este orden de ideas, el artículo se compone de 4 secciones; la primera inicia con la descripción del contexto actual del sector cerámico artesanal regional, en el que se destacan las principales fortalezas y debilidades de este, así como la relevancia del sector en las políticas gubernamentales; la segunda describe su contexto internacional, donde se resalta la situación actual de la actividad artesanal en América Latina; la tercera parte resalta las megatendencias actuales y su impacto en la identificación de oportunidades estratégicas de negocios futuros para este sector económico a nivel regional; finalmente se consolidan las principales conclusiones de este análisis.

Contexto del sector cerámico artesanal de Cúcuta y su área metropolitana

Descripción del sector

De acuerdo con [13] y [14], el perfil de la actividad artesanal del sector cerámico de Norte de Santander se ha caracterizado por contar con mano de obra poco calificada, la escasa división de trabajo y la alta vinculación del núcleo familiar aunado al bajo nivel salarial y a las altas condiciones de informalidad, constituyen un estado de inestabilidad y condicionan el número de trabajadores a la productividad y a la demanda del mercado, resultando en la vinculación del recurso humano a otras actividades económicas, configurando una dedicación intermitente a la producción artesanal, que afecta el entorno laboral.

Sumado a esto, el bajo acceso a servicios públicos, configura déficits en la calidad de los procesos de producción, ejemplo de ello es el servicio de energía eléctrica, cuya deficiencia no permite el uso de maquinaria que podría dinamizar fases del proceso productivo, así como el servicio telefónico y de internet que dificultan los procesos de comercialización, tecnológicos y financieros [14], [15].

A nivel tectológico, los procesos de producción artesanal se fundamentan en operaciones manuales y el uso de herramientas relativamente simples que afectan el proceso productivo en términos de su productividad. Por otra parte, los procedimientos no están documentados, por lo que no se encuentran registros de mediciones sobre el

proceso y del producto, solo se llevan registros manuales del inventario de piezas procesadas; dificultando la implementación de mejoras en los procesos [16].

El sistema de aprendizaje de los oficios artesanales se caracteriza por ser autoaprendizaje informal en talleres de propiedad familiar y/o en talleres de terceros e iniciativa propia [13]; el bajo nivel de escolaridad básica primaria y secundaria en la población artesanal afecta los procesos de diseño y desarrollo de programas de capacitación y actualización del sector, que se evidencia en el bajo nivel de innovación y la transferencia de diseños entre regiones por observación directa, sin mencionar el desligamiento a mercados externos fuera del propio taller de producción o en su municipio, dependiendo más de la influencia turística que de posicionamiento y la producción artesanal [14], [15], [17].

La articulación entre nivel de producción y la comercialización ha buscado ser resuelto con la organización de ferias y/o eventos breves y difusos, sin obtenerse efectos positivos a largo plazo, lo que demuestra la poca visión social del desarrollo de los oficios artesanales y la baja eficacia de políticas y la carencia de programas de fomento que cubran desde los aspectos antropológicos, la producción, distribución y comercialización de los productos [14], [15].

De acuerdo con [18], para el año 2012 la mayor parte de las empresas fabricantes de cerámica roja ubicadas en la zona metropolitana de San José de Cúcuta conformada por los municipios de Cúcuta, El Zulia, Los Patios, Villa del Rosario y San Cayetano, eran pequeñas y sus principales productos eran destinados a la industria de la construcción; la actividad artesanal se desarrollaba especialmente por mujeres; y, a nivel de formación, tan solo el 8% poseían estudios universitarios y menos del 1% estudios de posgrado.

Según [14], estas cifras han mejorado para 2017 para la población artesana, refiriéndose a ella de forma general, es decir, aquella compuesta por artesanos de todo tipo de productos, en el departamento de Norte de Santander; de la que se encontró que el 34% tiene educación media, el 14% accedió a la educación superior técnica o universitaria y el 1% ha tenido acceso a estudios de posgrado; este aumento en el capital humano de alto nivel impacta positivamente el mejoramiento de las técnicas, la producción y la comercialización de los productos artesanales,

relacionándose con que el 78,2% de los artesanos se capacitan

y actualizan sobre el oficio artesanal utilizando las TIC, talleres y cursos formales e informales y consultando textos para ver nuevos diseños o técnicas. En cuanto al aprendizaje de los oficios artesanales el 29% de la población se considera autodidacta, el 28% aprendió con alguien de su familia, el 12% en talleres, el 9% en una institución y el 8% con otros artesanos.

[15] también señala que los principales hallazgos de las dificultades de los artesanos, radican en el lugar de desarrollo de la actividad productiva y venta de los productos; se resaltan que, el 96,6% vende sus productos en el mercado de la localidad o en el municipio, resultando en un bajo acceso a mercados en otros departamentos e incluso fuera del país, lo que coincide con que el 96,8% de los artesanos no han exportado nunca, manifestando desconocimiento del funcionamiento del mercado en el exterior y mal estado de las vías. El 73% de los artesanos además afirman no conocer cómo acceder a créditos o préstamos especiales, y el 80% desconoce instituciones que apoyen el sector de las artesanías, lo que en muchas ocasiones les impide participar en ferias y eventos locales o nacionales.

Las condiciones de este sector económico no son ajenas a las condiciones generales de la ciudad y del país [6], [19], ni en su contexto histórico [13]; [20] resalta el reto existente en el departamento de Norte de Santander de alcanzar un sano proceso de subregionalización a través de un instrumento de planificación de largo plazo, sobre el que deberá dirigirse los esfuerzos de gestión de los sectores públicos y privados, en atención a 20 sectores prioritarios y 193 problemáticas territoriales, dentro de las cuales se enmarcan las debilidades del sector artesanal. Al relacionar las diversas caracterizaciones hechas al sector en estudio con los factores de competitividad, de acuerdo con lo planteado por [21] es posible afirmar que existen una serie de factores que dificultan su inserción en mercados competitivos.

Como fortalezas del sector se encuentra la riqueza en cantidad y calidad de las materias primas, principalmente arcilla, lo que contribuye a no comprometer la continuidad de las operaciones productivas. Además, Norte de Santander dispone de varios centros de formación y universidades donde se ofertan programas en disciplinas

relacionadas o transversales al sector cerámico, así como un Centro de Investigación en Materiales Cerámicos y grupos de investigación que contribuyen al fortalecimiento de la educación profesional para el aumento de la productividad y competitividad del sector en el departamento [16].

Relevancia del sector en las políticas gubernamentales

La artesanía, más que una actividad económica, se ha convertido en un laboratorio de experiencias sensoriales, emocionales y simbólicas, hasta llegar a considerarse una industria cultural importante en las economías modernas, en la que interviene el componente tecnológico, las formas de producción y las formas de creación [22]. Lo anterior se evidencia en el Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2016-2019, en el que la identidad y fortalecimiento a los artesanos se plantea como un subprograma dentro del eje temático del turismo; así mismo, las artesanías fueron identificadas dentro de una de las apuestas productivas estratégicas para la promoción del desarrollo del departamento; planteando la necesidad de “creación o fortalecimiento de sus cadenas productivas, los planes estratégicos, la asociatividad, la generación de programas de política en los ejes transversales de innovación, emprendimiento, investigación y desarrollo, aplicación en las TIC y fortalecimiento del talento humano” [23, p. 3].

Adicionalmente, el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 se plantea la promoción del arte y la cultura con acciones dirigidas a jóvenes, adultos, adulto mayor, personas en situación de discapacidad, artesanos, entre otros grupos especiales, en las comunas y corregimientos del municipio de San José de Cúcuta, como parte del programa cultural para la construcción de la paz y la reconciliación; y la organización de ferias empresariales para los sectores calzado, artesanías, moda, confección y textiles, como uno de los objetivos del plan de fortalecimiento del Banco del Progreso de la Ciudad de Cúcuta [24].

A nivel nacional, dentro de los objetivos y estrategias presentados en las bases del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad”, se encuentra que el Ministerio del Trabajo y la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias promoverá los emprendimientos que desarrollen las dimensiones social, ambiental, cultural y política del país,

como la artesanía, con el propósito de “promover la generación de ingresos y la inclusión productiva de la población vulnerable y en situación de pobreza, en contextos urbanos y rurales a través del emprendimiento” [25, p. 121].

Así mismo, la artesanía hace parte de las actividades de la economía naranja dentro del Pacto por la identidad y la creatividad: desarrollo de la economía naranja y protección y promoción de nuestra cultura [25], en el eje de Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, por lo que proponer un plan estratégico derivado de un estudio prospectivo de esta cadena económica podría ayudar a visibilizar su pertinencia y el interés de diferentes organizaciones tanto de carácter privado como público de invertir sus esfuerzos para hacer de esta actividad una estrategia de crecimiento y desarrollo de la región, además de potencializar el acceso a beneficios dados por las políticas enmarcadas en la economía naranja (acceso a crédito, promoción de exportaciones y facilidades de comercialización).

El sector cerámico artesanal en Latinoamérica

En América Latina los países miembros de la Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal RIFTA, son Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, México, República Dominicana y Venezuela [26] considerados pluriculturales por su composición indígena y la presencia de grupos culturales diversos.

México es, y ha sido, un espacio etnocultural plural, las culturas prehispánicas propiciaron la elaboración de artesanías distintivas de cada región, y gracias a la conquista española, se introdujeron nuevas técnicas que diversificaron la producción de objetos [27]; hecho enriquecido a través del tiempo, con el fomento de esta actividad entre los más jóvenes. Los productos artesanales derivados de arcilla para el mercado de exportación son, principalmente: talavera (Puebla), barro negro (Oaxaca), cerámica y artículos de decoración en barro (región sureste) [28]. El 98% de las empresas artesanales son pequeñas y medianas, y usan dentro de sus procesos de producción una gran variedad de materias primas naturales, minerales y animales [29]. El sector artesanal también desempeña un papel importante dentro del contexto de la economía peruana, tanto por su significado de identidad cultural,

como por el gran número de empleos que involucra esta actividad [30].

A pesar del reconocimiento a nivel internacional de la artesanía, con el paso del tiempo se aprecian ciertas tendencias de caída en la producción, debido principalmente a la disminución de los fondos aplicados a la promoción de este tipo de actividad productiva y al crecimiento industrial que va rezagando la actividad artesanal, sumado a la disminución del número de artesanos apoyados por las organizaciones gubernamentales y ONG's, y a factores de débiles en la ocupación, donde la población subocupada del gremio duplica al total del sector ocupado y más del 50% de los trabajadores gana menos de un salario mínimo; siendo además común el regateo por parte de toda la cadena de compradores [30], [31]. Lo anterior ha provocado, que los padres busquen alternativas diferentes de subsistencia y promuevan que sus hijos inicien estudios de alguna carrera técnica o universitaria que les ofrezca un reconocimiento social y mayores opciones laborales y económicas, desalentándolos a continuar con la actividad artesanal; evidenciándose en la planta productiva artesanal envejecida [32].

Para promover la visión de negocio de la que carecen los artesanos latinoamericanos y así aumentar su grado de incidencia en el contexto económico gubernamental, se han formulado programas para comercializar productos de cada una de las regiones en mayor escala a nivel internacional. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de las instituciones en beneficio del sector, no se ha logrado modificar las condiciones de pobreza y marginación que imperan entre la población artesana, siendo estas dos condiciones, base para la formulación de políticas públicas [33]. Estas organizaciones coordinan las políticas y recursos entre los organismos públicos, privados y gubernamentales, fomentando la actividad artesanal a través de la adquisición de artesanías, organización de concursos de arte popular, visibilizarían del sector por medio de ferias comerciales y encuentros profesionales, capacitación y asesoría técnica de artesanos y otorgamiento de créditos, fomento de la internacionalización del sector [34], [35].

A pesar de esto, el oficio artesanal en los países de América Latina persiste, aun cuando su posible disolución ha sido advertida numerosa en la literatura [31]. [36] reflexiona sobre el tema, y afirma que a través de la artesanía se

crean objetos de tipo decorativo y/o utilitario que reflejan en sí mismos aspectos económicos, sociales y culturales que han hecho de México un país pluricultural, y que se ha venido dando a conocer a través del turismo, convirtiéndolo además en una de sus apuestas económicas. El turismo cultural es significativo para la artesanía y los artesanos que forman parte de un sistema patrimonial, en tanto los transforman en atractivos principales para la actividad turística [37], en donde, el artesano vende su producto, el Estado vende su conocimiento tradicional, y el turista más que comprar artesanía, adquiere un producto que refleja el patrimonio cultural [38], [39].

Algunos factores de éxito del sector artesanal son: innovación administrativa, impacto del financiamiento, tecnología de producción, tecnología en administración, capacidad de manejo del proceso, del empaque, desarrollo de estrategias de generación de valor al cliente y a la empresa, y el manejo de información [31], [40]; factores que se ven potencializados por la intención de las poblaciones artesanas en generar un mayor volumen de producción, conocer los gustos, modas y preferencias de otras culturas, asociarse para posicionar y dar a conocer sus productos en nuevos mercados [41].

Desafíos y Tendencias

La artesanía históricamente ha tenido que enfrentar contradicciones internas en cada país de origen y la globalización plantea un escenario nuevo. La economía mundial se encuentra sumergida en un entorno constantemente variante y competitivo, en donde para poder mantener o incrementar el posicionamiento de las empresas en el mercado, es necesario adoptar la industrialización, la producción de bienes de consumo, productos con ciclo de vida cada vez más corto, la innovación de productos, tecnología de punta, costos de producción mínimos, cadenas de distribución a escala; donde los patrones culturales y simbólicos vienen siendo homogeneizados y las muestras de identidad de los territorios corren el riesgo de desaparecer [42].

Dentro del sector artesanal ha surgido la vertiente de manualidades como una forma de generación de ingresos, lo que desvaloriza la artesanía a un producto sin ningún valor agregado de identidad y cultura local; adicional a esto, el desarrollo de la industria turística ha convertido la artesanía en un souvenir barato dirigido a consumi-

dores que no valoran el trabajo de los artesanos [43]. En la cotidianidad, es común el regateo por parte de toda la cadena de abastecimiento: el distribuidor o mayorista local, los minoristas, los turistas, coleccionistas e incluso el consumidor de la región de origen.

Lo anterior no difiere de lo manifestado por Olga Correa, citada por [29], quien sostiene que la actividad artesanal enfrenta diferentes desafíos para su desarrollo, entre los cuales destaca la dificultad para conservar elementos culturales ancestrales, la entrada en los mercados de souvenirs y difusión masiva de tecnología para la manufactura de productos mal llamados artesanales, falta de capital de trabajo, y exigencias del mercado externo para incluir detalles ajenos en los diseños tradicionales.

Estos cambios disruptivos, no deben ser considerados solo una amenaza potencial, sino una oportunidad latente, para transformar los negocios; para ello, es necesario comprender la conectividad entre las fuerzas primarias y las megatendencias. En el ámbito latinoamericano se han definido por [44] tres fuerzas primarias: la tecnología (perfeccionamiento humano), la globalización y la demografía (envejecimiento de la población) y diez megatendencias (siendo esta lista no absoluta): Industria redefinida, el futuro del trabajo, super consumidor, diseño del comportamiento, regulación adaptativa, rediseño del urbanismo, comunidades innovadoras, salud reinventada, comida a la medida y economía molecular, que pueden ciertamente afectar a cualquier actividad económica.

A nivel mundial, las tendencias identificadas por [45] señalan que a 2030 el mundo que conocemos hoy cambiará radicalmente, a tal grado que se proyecta que ningún país será una potencia hegemónica; el empoderamiento individual aumentará a medida que disminuyen los índices de pobreza, crece la clase media mundial, aumentan los logros educativos, el uso generalizado de las nuevas tecnologías de comunicaciones y de fabricación, y los avances en la atención de la salud.

Otras dos tendencias, que son prácticamente ciertas, existen hoy, pero se proyectan que durante los próximos quince años ganarán un impulso mucho mayor son los patrones demográficos, especialmente el envejecimiento poblacional y la migración; y crecientes demandas de recursos que, en el caso de los alimentos y el agua, podrían llevar a la escasez [45]. Esta última enmarca un factor cla-

ve en la formación de lo que [46] ha llamado Consumidor Ecológico, refiriéndose a la tendencia de los compradores por realizar compras consciente de las repercusiones de sus hábitos de consumo sobre el desarrollo sostenible de región donde vive, aun cuando esto requiera asumir costos económicos adicionales.

La tecnología había sido un impulsor de las actividades humanas, ahora ambos trabajan de la mano; se incluye en esta fuerza: la inteligencia artificial, la realidad aumentada, la realidad virtual, sensores y blockchain [47]. La actividad artesanal no es ajena a esta fuerza, de esta se plantea la posibilidad de que los artesanos expongan sus catálogos de productos en modo realidad aumentada, aumenten los canales, de comunicación con clientes potenciales y, además, cierren sus ventas Online; así mismo se sumerjan en el mundo del almacenamiento de datos de lo que se está vendiendo y cómo se está haciendo; es decir, aprovechar el bigdata para desarrollar estrategias que permitan comprender y prever tendencias que afectan a las sociedades. Tal como lo indica [48], el escenario global implica que tanto empresas como organizaciones deben tener la capacidad de adaptarse y estar dispuestas a tomar parte activa de los cambios tecnológicos, centrarse en la innovación y saber desprenderse de jerarquías innecesarias o del bagaje psicológico de su pasado, en lugar de permanecer como espectadores.

A nivel tecnológico, la fabricación aditiva, también llamada impresión 3D, ya está en uso para fabricar modelos de plásticos e introducir algunas mejoras en el rendimiento de los objetos metálicos y cerámicos, tendiendo que a 2030, la fabricación aditiva pueda reemplazar algunas producciones en serie convencionales, en particular para series cortas o donde la personalización masiva tiene un alto valor, llegando a tener un gran número de microempresas similares a los gremios artesanales, pero con capacidades de fabricación modernas [45].

La tecnología había sido un impulsor de las actividades humanas, ahora ambos trabajan de la mano; se incluye en esta fuerza: la inteligencia artificial, la realidad aumentada, la realidad virtual, sensores y blockchain [47]. La actividad artesanal no es ajena a esta fuerza, de esta se plantea la posibilidad de que los artesanos expongan sus catálogos de productos en modo realidad aumentada, aumenten los canales, de comunicación con clientes potenciales y, además, cierren sus ventas Online; así

se sumerjan en el mundo del almacenamiento de datos de lo que se está vendiendo y cómo se está haciendo; es decir, aprovechar el bigdata para desarrollar estrategias que permitan comprender y prever tendencias que afectan a las sociedades. Tal como lo indica [48], el escenario global implica que tanto empresas como organizaciones deben tener la capacidad de adaptarse y estar dispuestas a tomar parte activa de los cambios tecnológicos, centrarse en la innovación y saber desprenderse de jerarquías innecesarias o del bagaje psicológico de su pasado, en lugar de permanecer como espectadores.

A nivel tecnológico, la fabricación aditiva, también llamada impresión 3D, ya está en uso para fabricar modelos de plásticos e introducir algunas mejoras en el rendimiento de los objetos metálicos y cerámicos, tendiendo que a 2030, la fabricación aditiva pueda reemplazar algunas producciones en serie convencionales, en particular para series cortas o donde la personalización masiva tiene un alto valor, llegando a tener un gran número de microempresas similares a los gremios artesanales, pero con capacidades de fabricación modernas [45].

Cuando se habla de industria redefinida, se refiere a la desaparición de las barreras de entrada tradicionales; ahora las empresas tienden a comprar a otras empresas de otras industrias y el establecer alianzas entre industrias para ingresar a diferentes mercados, desarrollar nuevos negocios y ampliar sus capacidades; también se está dando paso a la formación de “nodos”, en el cual se alienta a los nuevos participantes con oportunidades para unirse y formar ecosistemas [44]. Estas dos últimas tendencias pueden llegar a ser provechosas para el sector cerámico artesanal, en tanto se establezcan estrategias de cooperación y beneficio en el impulso de un trabajo conjunto, basado en la participación de los actores involucrados en esta actividad económica.

Si bien el futuro del trabajo se ha visto como el reemplazo de la mano de obra humana por máquinas, este no es su objetivo, realmente este consiste en facilitar los procesos y ayudar al ser humano a realizar un trabajo más eficiente [49]. Y es así como debe implantarse en la industria artesanal; quizá suene contradictorio, pero si se quiere que esta actividad ingrese a un nivel de comercialización superior, deberá mejorar sus procesos de producción con introducción de herramientas tecnológicas que faciliten el trabajo del artesano, sin alterar el

que este emana. En este aspecto, es importante considerar la tendencia al déficit poblacional que presenta el mundo rural, tanto en términos envejecimiento, y migración como en elementos clave que afectan al capital social (brecha tecnológica y alfabetización digital).

Por otra parte, gracias a la tecnología y a la mayor interacción cliente-empresa, se ha transformado la manera en que los consumidores intercambian información e incorporan interfaces para simplificar sus vidas. Por ello, entre el 41-47% de los latinoamericanos ha comprado alguna vez ropa, accesorios de moda, libros, entre otros, vía internet; a medida que los consumidores adquieren confianza para comprar Online, crece la penetración de los compradores, el volumen y la frecuencia de compra Online contraria al comportamiento de las compras en tiendas físicas. Para los bienes durables, como las artesanías, la balanza indica que solo el 22% compra más este tipo de productos en tiendas físicas, el 40% compra con la misma frecuencia Online que en físico y el 38% más Online [50].

Los productos artesanales se encuentran en el centro de un conjunto de disrupciones; aun cuando se les valora por su forma de producción ancestral, se les impulsa para que se inserten en procesos productivos más innovadores. Se espera que los objetos artesanales sigan siendo representativos de los valores tradicionales e históricos de las regiones, pero que se incluyan en los procesos contemporáneos de producción y consumo mundial [33]; en palabras de [51]: “un cambio basado más en la evolución que en un salto revolucionario”.

El sector turístico interfiere directamente con la producción artesanal, en tanto que implica una demanda de productos locales representativos de la cultura de la región. No obstante, esto no garantiza que los productos demandados provengan de sistemas de producción artesanal, pues la dinámica comercial puede desplazar a los sistemas locales de producción por otros industriales que ofrezcan productos inspirados en la cultura local pero producida de formas ajena a la misma [52], [53], [54]. Este proceso se conoce estandariza el turismo, homogeniza la cultural local y limita el potencial de desarrollo asociado al turismo [55], [56]. Las tendencias aquí expuestas no son un manifiesto de las únicas posibles, pues el futuro nunca está totalmente determinado. Cualquiera que sea la tendencia, se encuentra susceptible a varios futuros

posibles, por lo que depende en gran medida de los grados de libertad de los actores del sistema y de las acciones estratégicas que estos diseñen e implementen para alcanzar los fines propuesto [57].

Así pues, haciendo un recuento de observaciones, demandas y problemáticas para el sector cerámico artesanal derivadas de las tendencias mundiales, alineado a los hallazgos de investigaciones dirigidas al sector cerámico regional [58]- [61], se proponen algunas necesidades propias para el fomento de esta actividad, de la cual deberían proyectarse las acciones estratégicas: apoyo e impulso a la población artesana joven, promoción de la importancia de la artesanía para su valoración comercial justa, búsqueda de nuevos usos de la artesanía, encadenamiento Universidad-Empresa-Estado para promover la innovación e investigación y la transferencia de conocimientos, capacitación del artesano sobre la adaptación ante los cambios tecnológicos, difusión efectiva de los programas gubernamentales en beneficio o perjuicio del artesano, e inclusión de la población artesana en la toma de toda decisiones que afecten al sector, fomento de la inserción de la artesanía en las estrategias de gestión y planificación del turismo.

Conclusiones

Aun cuando la artesanía contrasta una forma tradicional de producción en plena era digital, esta representa no solo una forma de transformación de materias primas en productos que impactan un mercado, sino que además simboliza rasgos sociales, culturales y económicos de una región, conservándola a sí misma, como parte de una cultura en la dinámica de una sociedad, en un contexto nacional e internacional, como factor de desarrollo humano.

La producción artesanal sigue estando en manos de microempresarios o empresas familiares, con bajas inversiones de capital y poca mano de obra calificada intensiva, la comercialización de los productos se encuentra a cargo de los propios artesanos y los conocimientos técnicos suelen ser básicos y tradicionales, generalmente transmitidos de generación en generación o en talleres informales.

La cerámica artesanal de Cúcuta y su área metropolitana, vinculado a la calidad de las materias primas de la

región, puede ser vista desde una nueva perspectiva como una riqueza regional desarrollada por artesanos que forman parte del patrimonio intangible del área y que materializan en piezas únicas conocimientos y técnicas adquiridas a través del tiempo de las diferentes culturas y raíces étnicas de la región y sus alrededores, y que con un cambio de proyección pueden contribuir a favorecer el desarrollo económico, social y cultural de la región.

Debido a la importancia de la artesanía para el desarrollo social y económico de la región, resulta necesario comprender el contexto particular en que se desenvuelven los artesanos y sus productos, con el objetivo de consolidar bases para impulsar la generación de políticas eficientes de acuerdo a las capacidades locales, con la validación de la población artesana en torno a las problemáticas y prácticas de su actividad, para transformarla en un proyecto productivo sustentable, sin que esto quede solo como un resultado teórico o académico, sino para lograr paulatinamente una mejora en las condiciones de vida de los artesanos que generalmente viven en pobreza.

Ya que las artesanías son piezas únicas y representativas de la región de origen, tienen un amplio mercado interno y potencial mercado externo, que se ve impulsado por el llamado turismo cultural, del que se vienen adelantando políticas de fomento en la ciudad de Cúcuta y el departamento de Norte de Santander.

Dentro de los retos y dificultades de los artesanos y sus productos, se considera, a criterio de los autores, que el poco reconocimiento y prestigio social de esta actividad, la tendencia al envejecimiento de la población artesana como resultado del abandono del oficio por parte de los jóvenes, pueden ser las más fuertes, pues estas involucran intervenir un paradigma social, lo que podría tener resultados ya en el largo plazo. Así mismo, se considera que retos derivados de las tendencias mundiales, como la migración de la población rural a la ciudad, la importación de productos sustitutos a precios inferiores, el regateo, el crecimiento, los intercambios culturales que imponen diseños ajenos a las tradiciones y al contexto artesanal nacional, la inmersión del artesano en la innovación de procesos y productos, entre otros, pueden ser tratados mediante políticas públicas cuyo éxito depende de la participación activa de todos los actores involucrados.

Una vez identificados los retos, algunas acciones

sugeridas incluyen: promocionar la artesanía con base en los contextos de la región y del país; educar al artesano y al público consumidor sobre el valor intrínseco del trabajo artesanal y sus productos; capacitar a vendedores de artesanías; facilitar el establecimiento de canales directos modernos entre artesanos y consumidores; establecer estrategias de marketing; promover el apoyo de instituciones gubernamentales al mercado artesanal a través de programas de: Capacitación y asistencia técnica, incentivos económicos para la producción, adquisición de artesanías para desarrollo de eventos del orden regional, nacional e internacional, apoyos para la comercialización y concursos de estímulos a los artesanos cuyos productos destaquen las técnicas de trabajo ancestral y el uso sostenible de los recursos naturales; crear y regular corredores artesanales; y, otorgar estímulos fiscales, apoyos estatales y municipales.

Referencias

- [1] L. Molina, “Programa Orígenes, Honrando las Raíces de la Artesanía Colombiana,” de Foro Internacional Perspectivas y retos para el sector artesanal, Bogotá, 2013.
- [2] S. Benítez, “La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo,” *Cultura y Desarrollo*, n° 6, pp. 1-19, 2009.
- [3] Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, “Política de turismo y artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano,” Diciembre 2009. [Online]. Disponible en: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/194/politica_de_turismo_y_artesantias.
- [4] Artesanías de Colombia, “Apoyo y fortalecimiento del sector artesanal en Colombia,” Artesanías de Colombia, Bogotá D.C., 2018b.

- [5] Artesanías de Colombia, “Proyectos Inversión Nacional: Apoyo y fortalecimiento del sector artesanal de Colombia,” 7 Junio 2018. [Online]. Disponible en: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/apoyo-y-fortalecimiento-del-sector-artesanal_727.
- [6] G. López y D. Martínez, “Visión prospectiva para las Mipymes del subsector artesanal en Pasto,” *Estrategia Organizacional*, vol. 1, n° 1, pp. 31-40, 2012.
- [7] M. Rivera y R. Hernández, “Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España),” *Estudios Geográficos*, vol. 79, n° 285, pp. 529-553, 2018.
- [8] F. Casani, J. Rodríguez y F. Sánchez, “Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales,” *Universia Business Review*, n° 33, pp. 48-69, 2012.
- [9] M. Mortimore y W. Peres, “La competitividad empresarial en America Latina y el Caribe,” *Revista de la CEPAL*, vol. 74, pp. 37-59, 2001.
- [10] I. Pérez, “Las teorías del crecimiento económico: notas críticas para incursionar en un debate inconcluso,” *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, n° 25, pp. 73-125, 2016.
- [11] H. River y M. Malaver, “La importancia de la prospectiva en la sociedad,” *Universidad & Empresa*, vol. 5, n° 10, pp. 257-260, 2006.
- [12] C. Mera, “Pensamiento prospectivo: visión sistémica de la construcción del futuro,” *Análisis*, vol. 46, n° 84, pp. 89-104, 2014.
- [13] Artesanías de Colombia, “Diagnóstico del sector artesanal colombiano,” 1998. [Online]. Disponible en: <http://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/2479>.
- [14] P. Salazar, “Informe Levantamiento de línea base de artesanos de Norte de Santander,” Artesanías de Colombia, Cúcuta, 2017.
- [15] A. Mogrovejo, L. Bastos y P. J. Antuny, “Impacto económico del sector cerámico en San José de Cúcuta (Colombia),” *Universidad & Empresa*, vol. 17, n° 29, pp. 157-180, 2015.
- [16] R. Ramírez y. Romero, “Posición Competitiva de los chircales artesanales del área metropolitana de Cúcuta (Colombia),” *Espacios*, vol. 38, n° 61, pp. 28-45, 2017.
- [17] R. Ramírez, “La innovación tecnológica en las empresas del sector cerámico del área metropolitana de Cúcuta,” *Respuestas*, vol. 17, n° 1, pp. 66-77, 2012.
- [18] J. Sanchez, J. Gelves y. Romero, “Caracterización tecnológica y del talento humano de las empresas fabricantes de cerámica roja ubicadas en el área metropolitana de Cúcuta,” *Respuestas*, vol. 17, n° 2, pp. 71-80, 2012.
- [19] L. Márquez y D. Serrano, “Diagnóstico del sector artesanal en Colombia: resultado del levantamiento de información realizado por Artesanías de Colombia entre 2014-2016.,” Artesanías de Colombia, 2017. [Online]. Disponible en: <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/4102>.

- [20] Corporación Nueva Sociedad de la Región Nororiental de Colombia, “Definición de la visión prospectiva área metropolitana de Cúcuta Subregión Oriental: Cúcuta frontera de desarrollo,” Agosto 2014. [Online]. Disponible en: http://www.sisubregionalns.gov.co:8080/sis/files/sid_vision_subregionales/Vision_prospectiva_Oriental.pdf.
- [21] M. Porter, *The competitive advantage of nations*, Nueva York: Free Press, 1990.
- [22] S. Navarro, “La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades,” de XII Congreso Español de Sociología: Grandes transformaciones sociales, nuevos desafíos para la sociología, Gijón, 2016.
- [23] Gobernación de Norte de Santander, “Plan de Desarrollo del Departamento Norte de Santander, “Un Norte Productivo para Todos,”” Abril 2016. [Online]. Disponible en: <http://www.sednortedesantander.gov.co/index.php/informes-de-gestion>. [Último acceso: 3 Agosto 2018].
- [24] Gabinete Municipal, “Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019: San José de Cúcuta, Si se puede progresar,” 14 Junio 2016. [Online]. Disponible en: <http://cucutanortedesantander.micolombiadigital.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-20162019>.
- [25] DNP, “Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022,” 2018. [Online]. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Bases-del-Plan-Nacional-de-Desarrollo-2018-2022.aspx>.
- [26] A. Uribe, *Estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica: una mirada a través de la investigación realizada por la Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal*, Barranquilla: Universidad Simón Bolívar, 2012.
- [27] A. Barabas, “Multiculturalismo, pluralismo cultural y interculturalidad en el contexto de América Latina: la presencia de los pueblos originarios,” *Configurações Revista de Sociología*, vol. 14, pp. 11-24, 2014.
- [28] J. Vargas, M. Brione y L. Rivera, “Estrategias de la industria cultural mexicana para el desarrollo regional del norte de Jalisco. El caso de la artesanía Huichol,” *Huellas*, n° 18, pp. 105-117, 2014.
- [29] F. Sales, *Las artesanías en México, Situación actual y retos*, México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2013.
- [30] R. Duarte y J. Uribe, “Desarrollo e Innovación Artesanal en el Perú: Un estudio de caso en Chulucanas Piura,” *INCEPTUM Revista de Investigación en Ciencias y Administración*, vol. 7, n° 12, pp. 193-229, 2012.
- [31] J. Hernández, M. Yescas y M. Domínguez, “Factores de éxito en los negocios de artesanía en México,” *Estudios Gerenciales*, vol. 23, n° 104, pp. 77-99, 2007.
- [32] V. Novelo, “La fuerza de trabajo artesanal mexicana, protagonista ¿permanente? de la industria,” *Alteridades*, vol. 18, n° 35, pp. 117-126, 2008.
- [33] R. Duarte, “Políticas públicas para el desarrollo regional de las artesanías,” *INCEPTUM Revista de Investigación en Ciencias y Administración*, vol. 8, n° 15, pp. 229-258, 2013.
- [34] Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Desarrollo Social, “Acuerdo por el que se emiten las Reglas de Operación de Programas del Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías

- [35] R. Abeledo, V. Coll y P. Rausell, “La cultura como factor de innovación socio-económica en el medio rural: el caso del clúster de artesanía artística de La Città Europea dei Mestieri d’Arte (CITEMA),” *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, n° 20, pp. 73-103, 2016.
- [36] O. del Carpio, S. Perla y V. Freitag, “Motivos para seguir haciendo artesanías en México: Convergencias y diferencias del contexto artesanal de Chiapas y Jalisco,” *Ra Ximhai*, vol. 9, n° 1, pp. 79-98, 2013.
- [37] J. Prada, D. Armijos y A. T. L. Crespo, “Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador),” *Lurralde: Investigación y espacio*, n° 39, pp. 199-216, 2016.
- [38] M. Rivera, P. Alberti, V. Vázquez y M. Mendoza, “La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco,” *Convergencia*, vol. 15, n° 46, pp. 225-247, 2008.
- [39] O. Saldaña, R. Serrano, M. Pastor y Y. Palmas, “Análisis interpretativo del impacto del turismo en el patrimonio cultural artesanal. Tepoztlán, México,” *Revista Investigaciones Turísticas*, n° 16, pp. 46-67, 2018.
- [40] J. Jiménez, M. Domínguez y C. Martínez, “Estrategias de competitividad de los negocios de artesanías en México,” *Pensamiento & Gestión*, n° 26, pp. 165-190, 2009.
- [41] B. Bringas y I. Capaldi, “Artesanos y el comercio internacional. Comercio justo,” de *Simpósio de Estudios del Desarrollo. Nuevas rutas hacia el bienestar social, económico y ambiental*, Santiago de Chile, 2013.
- [42] J. Serrano, “Artesanía y su sentido en la historia: Incertidumbres y posibilidades en el tiempo presente,” *Revista del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP*, n° 73, pp. 9-21, 2013.
- [43] C. Iuva y C. Ciliane, “El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico,” *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 24, pp. 188-204, 2015.
- [44] Ernst & Young Global Limited, “¿Qué nos traerá el futuro? Megatendencias Latinoamericanas, más allá de la disrupción,” 2018. [Online]. Disponible en: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Megatendencias-Latam/\\$File/EY-Megatendencias-Latam.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Megatendencias-Latam/$File/EY-Megatendencias-Latam.pdf).
- [45] National Intelligence Council, “Global Trends 2030: Alternative Worlds,” 2012. [Online]. Disponible en: <https://www.dni.gov/index.php/who-we-are/organizations/mission-integration/nic/nic-related-menus/nic-related-content/global-trends-2030?highlight=WyJ0cmVuZHMiLCJ0cmVuZCIsInRyZW5kaW5nIl0=>.
- [46] Grupo de Desarrollo Regional del Tecnológico de Monterrey, “Las megatendencias sociales actuales y su impacto en la identificación de oportunidades estratégicas de negocios,” Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Monterrey, 2009.
- [47] BID, “Servicios sociales para ciudadanos digitales: Oportunidades para América Latina y el Caribe,” Banco Interamericano de Desarrollo, 2018.
- [48] K. Ohmae, *El mercado de futuros*, Barcelona: Norma, 2005.

- [49] M. Bosch, L. Ripani y C. Pagés, “El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: ¿Una gran oportunidad para la región?,” Banco Interamericano de Desarrollo, 2018. [Online]. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/el-futuro-del-trabajo-en-america-latina-y-el-caribe-una-gran-oportunidad-para-la-region-version>.
- [50] The Nielsen Company, “Comercio Conectado,” Encuesta global sobre comercio conectado de Nielsen, Estados Unidos, 2018.
- [51] G. Reyes, “Principales teorías sobre el desarrollo económico y social,” *Nómadas*, n° 4, pp. 1-23, 2001.
- [52] J.M. Guaita, J.M. Martín, J.A. Salinas y H. Mogorrón-Guerrero. “An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism,” *Journal of Business Research*, Vol. 100, pp. 165-174, 2019.
- [52] J.M. Martín, J.A. Salinas y J.A. Rodríguez. “Comprehensive evaluation of the tourism seasonality using a synthetic DP2 indicator,” *Tourism Geographies*, Vol. 21, n° 2, pp. 284-305, 2019.
- [54] J.M. Martín. “Impacts of the Tourist Activity and Citizens’ Evaluation About the Necessity for Resting Periods,” *Strategic Perspectives in Destination Marketing*, p.p. 81-112, 2019.
- [55] J.M. Martín, J.D. Jiménez y V. Molina. “Impacts of seasonality on environmental sustainability in the tourism sector based on destination type: An application to Spain’s Andalusia region,” *Tourism Economics*, Vol. 20, n° 1, p.p. 123-142, 2014.
- [56] P. Rani. “Customer-based brand equity index of Kurukshetra,” *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, Vol. 26, n°. 1, pp. 48-61, 2019.
- [57] M. Godet, *De la anticipación a la acción: Manual de prospectiva y estrategia*. Barcelona: Marcombo, S.A., 1993.
- [58] J. Sánchez y R.P. Ramírez. *El Clúster de la cerámica del área metropolitana de Cúcuta*. San José de Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander, 2013.
- [59] J. Sánchez, R.P. Ramírez y J.A. González. *La industria de los chircales artesanales del área metropolitana de Cúcuta*. Bogotá: Ecoe Ediciones Limitada; San José de Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander, 2019.
- [60] J. Sánchez, F.A. Corpas y D.C. Álvarez. *Aplicaciones de los nutrientes tecnológicos en la industria cerámica del área metropolitana de Cúcuta*. Bogotá: Ecoe Ediciones Limitada; San José de Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander, 2018.
- [61] J. Sánchez, J.A. González Y E. F. Avendaño. *El clúster cerámico: Apuesta de desarrollo socioeconómico de Norte de Santander*. Ecoe Ediciones Limitada; San José de Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander, 2019.