


Artículo de investigación

Efecto de mecanismos de creación de conocimiento en agrupaciones informales de sectores creativos y culturales

Málory Julio Herrera* Graduada del Doctorado en Administración, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.
majuhe13@outlook.esPatricia Márquez-Rodríguez Docente Investigador, Escuela de Negocios, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.
patriciarodriguez@uninorte.edu.co

Resumen

Poco se conoce sobre las dinámicas de gestión de conocimiento en el contexto de la informalidad en sectores creativos y culturales, intensivos en conocimiento y movilidad de talento humano. Esta investigación analiza la incidencia de tres mecanismos de creación de conocimiento en las agrupaciones informales de los sectores creativos en Cartagena, Colombia: interacción y colaboración, competencia y rivalidad, y movilidad local y socialización, a través del análisis cualitativo comparado. Los resultados asocian la creación de conocimiento no solo a la presencia de los tres mecanismos evaluados, sino que establecen que dos de estos, movilidad local y socialización e interacción y colaboración, son condiciones necesarias y suficientes para la creación de conocimiento, enmarcada en el contexto de la informalidad.

Palabras clave: aglomeraciones; informalidad; conocimiento; mecanismos de creación; sectores creativos.

Effects of knowledge creation mechanisms on creative and cultural sector informal groups

Abstract

The knowledge management dynamics in informal creative and cultural sectors, intensive in knowledge and mobility of human talent, are not well known. This research analyzes the incidence of three knowledge creation mechanisms: interaction and collaboration, competition and rivalry, and local mobility and socialization in informal groups of the creative sectors in Cartagena, Colombia, through qualitative comparative analysis. The results not only associated knowledge creation to the presence of the three evaluated mechanisms, but also established two mechanisms: local mobility and socialization, and interaction and collaboration as necessary and sufficient conditions to create knowledge in an informal context.

Keywords: groups; informality; knowledge management; knowledge mechanisms; creative sectors.

Efeito dos mecanismos de criação de conhecimento em grupos informais dos setores criativos e culturais

Resumo

Pouco se sabe sobre a dinâmica da gestão do conhecimento no contexto da informalidade nos setores criativos e culturais, intensivos em conhecimento e mobilidade de talento humano. Esta pesquisa analisa a incidência de três mecanismos de criação de conhecimento nos grupos informais dos setores criativos em Cartagena, Colômbia: interação e colaboração, competição e rivalidade, e mobilidade local e socialização; através de análise qualitativa comparativa. Os resultados associam a criação de conhecimento não só à presença dos três mecanismos avaliados, mas também estabelecem que dois deles, mobilidade local e socialização e interação e colaboração, são condições necessárias e suficientes para a criação de conhecimento, enquadradas no contexto da informalidade.

Palavras-chave: aglomerações; informalidade; conhecimento; mecanismos de criação; setores criativos.

* Autor para dirigir correspondencia.

Clasificación JEL: E26; D83; L8.

Cómo citar: Julio Herrera, M. y Márquez-Rodríguez, P. [2023]. Efecto de mecanismos de creación de conocimiento en agrupaciones informales de sectores creativos y culturales. *Estudios Gerenciales*, 39(169), 435-452. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.169.5927>

DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.169.5927>

Recibido: 15-01-2023
Aceptado: 25-07-2023
Publicado: 22-12-2023

1. Introducción

Las aglomeraciones han sido definidas en la literatura como agrupaciones ubicadas en un espacio de la geografía, donde gracias a la cercanía entre actividades de naturaleza económica surgen, entre otros elementos, las que han sido denominadas externalidades de conocimiento (Fujita y Krugman, 2004). Dichas externalidades se refieren a los efectos que se generan de la cercanía y que están vinculados al acceso de conocimiento e información que incide en las competencias de la localización (Fujita et al., 1999) y en el proceso de producción, por ejemplo, el conocimiento que se dinamiza en la proximidad y que contribuye al desarrollo de nuevos productos (Duranton y Puga, 2004; García, 2016).

Las externalidades de conocimiento, en teoría, benefician a los que son parte de las aglomeraciones, esto como consecuencia de los vínculos, es decir, las relaciones de trabajo que se comparten en la proximidad del espacio geográfico, recursos de todo tipo y, en particular, conocimiento (Duranton y Puga, 2004; Fujita et al., 1999). Esta consideración implica que hay un nivel óptimo de aglomeración o de concentración de actividades que genera ventajas relacionadas con la localización y que incide en las dinámicas de los trabajadores que pertenecen a estas concentraciones (García, 2016) y, en consecuencia, en los costos asociados a la producción de servicios o productos finales (Duranton y Puga, 2004; Ottaviano y Puga, 1998).

En el cuerpo de la literatura científica acerca de las aglomeraciones en el área de organizaciones, tradicionalmente se ha abordado su caracterización desde el enfoque de su composición y las dinámicas de conocimiento en agentes de naturaleza formal, una muestra de ello son los trabajos de Alegre et al. (2013), Camisón y Forés (2011), De-Miguel Molina et al. (2019) y Marco-Lajara et al. (2019). No obstante, más recientemente se ha venido estableciendo el interés por profundizar sobre las dinámicas de los informales debido a su contribución en las economías, por lo que las aglomeraciones informales se convierten en un tema de investigación necesario y relevante.

La importancia de las relaciones de tipo informal se evidencia en estudios como el de la International Labor Organization (ILO) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) (2021), que establecen que el sector informal representa el 61 % del rendimiento de las economías de todo el mundo. En el caso de Cartagena, Colombia donde se desarrolla esta investigación, la economía informal representa el 58 % del total de la economía local (Galvis et al., 2021) con una amplia participación de los sectores creativos y culturales. A esto se suma la evidencia que demuestra que, en las ciudades colombianas con mayor concentración de talento humano, existe una generación significativa de ingresos de quienes trabajan en la informalidad, comparada con la

de la formalidad, siendo necesario seguir aportando a la comprensión de sus dinámicas (García, 2016).

Las aglomeraciones informales han sido abordadas casi exclusivamente desde el enfoque económico aplicado a las industrias manufactureras, con mayor énfasis, el estudio de los patrones de agrupación dentro de las zonas urbanas determinadas, y los efectos de esta en la productividad, tales son los casos de autores como Chhair y Newman (2014), Coll-Martínez et al. (2017), García (2016), Harris (2014), Moreno-Monroy y Cruz (2015), Mukim (2015) y Saha (2016). Por ejemplo, Harris (2014) analiza los motivos de las limitaciones en la productividad de los informales, abordando las relaciones económicas y espaciales a través de varios elementos como el papel de los intermediarios y la concentración de trabajadores informales, evidenciando las “deseconomías de aglomeración” en el contexto de una región africana (p. 110). Por su parte, Moreno-Monroy y Cruz (2015) comparan los patrones de concentración de actividades manufactureras formales e informales en el área metropolitana de Cali, Colombia, teniendo en cuenta la ocupación; y Saha (2016) analiza la naturaleza de las relaciones laborales en una economía informal.

En línea con estos hallazgos, se requiere ahondar en el estudio de las relaciones entre formales e informales (Mukim, 2015) y su posible incidencia o beneficios asociados a las externalidades derivadas del conocimiento (Singh, 2017), en particular en el contexto de países con condiciones para su desarrollo (Chhair y Newman, 2014).

El estudio de dichas externalidades se relaciona específicamente con la necesidad de comprender sus dinámicas en el marco del trabajo en la informalidad (Laís, 2021), en cuanto al conocimiento, habilidades y competencias de quienes ejercen los oficios en ella (Bassole, 2014), lo que podría estar aportando a la productividad económica de algunos sectores. A esto se suman las características regionales propias de los territorios donde ocurre (Al-Mataani et al., 2017), y que dan cuenta de lo que se reconoce como mecanismos de las aglomeraciones tales como “generación de conocimiento”, “difusión del conocimiento” y “acumulación de conocimiento” (Duranton y Puga 2004, p. 2098).

Por tanto, esta investigación se ha propuesto saber qué efectos tienen los mecanismos de creación de conocimiento en las agrupaciones informales de los sectores creativos de Cartagena. A continuación, se describen los fundamentos teóricos y estudios previos que se aproximan a la pregunta de investigación, en el escenario de los mecanismos de creación de conocimiento y su gestión en las aglomeraciones.

En la metodología se describe el diseño metodológico aplicado que es de naturaleza configuracional, basado en el Qualitative Comparative Analysis (QCA), para luego desarrollar los resultados, discusión y conclusiones. Estos resultados son un aporte a la literatura de los mecanismos de creación de conocimiento, específicamente en

la determinación de aquellos que podrían ser suficientes o necesarios para la creación de productos, servicios o iniciativas realizadas por agrupaciones informales de sectores intensivos en conocimiento, como es el caso del sector audiovisual y musical abordado en este análisis.

2. Marco teórico e hipótesis propuestas

El conocimiento de las organizaciones está basado en el conocimiento de las personas, las cuales se mueven de manera interna a las empresas, pero también de manera externa; es decir, al interior de las aglomeraciones, que también han sido denominadas distritos industriales (Becattini, 1989) o clústeres (Porter, 1998a). La dinámica de este tipo de aglomeraciones tiende a influir en el desempeño de las organizaciones que las componen y, entre otros aspectos, en los procesos de innovación de sectores intensivos en conocimiento, como los creativos y culturales (De-Miguel Molina et al., 2019). Este conocimiento, que suele trabajarse en las organizaciones o en grupos, se compone de elementos que están condicionados por el sistema de creencias, el entorno y el acceso a información, incorporándose en las vivencias de cada persona; iniciándose y desarrollándose en la psique individual para luego ser trabajado e integrado en el seno de organizaciones (Davenport y Prusak, 1998), agrupaciones, industrias y en las ciudades.

Para Nonaka y Takeuchi (1999) el conocimiento puede ser tácito, explícito o codificado, siendo este el insumo del modelo de creación de conocimiento que explica el proceso de transformación de un tipo de conocimiento a otro. Por ejemplo, lo que ocurre cuando el conocimiento tácito se incorpora a la organización al transformarse en un conocimiento más formal y transmisible, codificado o explícito a través de las interacciones dadas en la socialización entre las personas que conciben proyectos conjuntos. Esto significa que este proceso de creación ocurre en niveles que van más allá de lo individual u organizacional, llegando a lo interorganizacional hasta alcanzar lo sectorial e intersectorial en un contexto.

Hay un grupo importante de autores que se acercan a las formas en que se crea conocimiento en las agrupaciones de empresas localizadas en un mismo espacio geográfico (MalMBERG y Power, 2005). Por ejemplo, Camisón y Forés (2011) analizan un grupo de distritos industriales que están ubicados en España, y encuentran que la creación de conocimiento interno de las empresas tiene que ver con el externo que circula en el distrito, y la capacidad que generan para usarlo al interior de la organización, lo que depende de las competencias compartidas en espacios a través de redes no formales, recurso humano accesible, capacitado y con apalancamiento en instituciones que favorecen la cooperación, transferencia de información, conocimientos. En dicho escenario es posible ver cómo se generan ambientes para el aprendizaje y creación grupal entre los agentes que pertenecen a los distritos (Camisón y Forés, 2011).

Marco-Lajara et al. (2019) se aproximan analizando las variables relacionadas a la aglomeración y el conocimiento interno y externo a las empresas en una muestra de 2003 hoteles españoles, concluyendo que la aglomeración tiene efectos en la rentabilidad de este tipo de empresas debido a que las estrategias internas de generación de conocimiento influyen de manera positiva en el desempeño de la aglomeración, pues los hoteles suplen la necesidad interna de conocimiento con la adquisición externa de este (Marco-Lajara et al., 2019).

Respecto a las industrias creativas, De-Miguel Molina et al. (2019) analizan las bases de conocimiento interno y externo de las aglomeraciones de museos en 43 países de cinco continentes, resolviendo que las innovaciones también están dadas por las capacidades que tienen estas organizaciones para usar recursos de conocimiento externo. Hasta aquí, y en términos generales, la evidencia sugiere que las aglomeraciones influyen en el desempeño de las empresas de diversa naturaleza, debido a que los agentes que se interconectan localmente permiten el flujo de conocimiento que favorece los procesos de creación colectiva en las agrupaciones y en beneficio de los clústeres.

2.1. Mecanismos para la creación de conocimiento

Para MalMBERG y Power (2005) es posible identificar de forma específica tres mecanismos para la creación de conocimiento en las aglomeraciones: "interacciones y colaboración", "competencia y rivalidad", "movilidad local y socialización" (pp. 411-412). Estos contribuyen a la creación y al aprendizaje regional (MalMBERG y Maskell, 2002) y están apalancados en las interacciones (MalMBERG y Power, 2005). Por ello, el estudio de los tres ha sido abordados empíricamente por varios autores, aunque de forma dispersa y, en su mayoría, en contextos distintos a los informales. En esta investigación, se pretende analizar cómo interactúan conjuntamente estos tres mecanismos para la creación de conocimiento en las agrupaciones informales de Cartagena.

Interacciones y colaboración (INCO). Para Dodgson (1993), las colaboraciones y la confianza interorganizacional son parte del aprendizaje y permiten cooperar y crear redes, como resultado de las interacciones y vínculos interorganizacionales, los cuales ocurren con diferentes actores relacionados a la organización. Estos vínculos pueden ser formales o informales, se dan a través de coproducciones, alianzas, acuerdos, proyectos y posibilitan la transferencia de conocimiento, que contribuye al aprendizaje y consecución de recursos de diversa índole. Dichas colaboraciones, según MalMBERG y Power (2005), pueden ser de tres tipos: el primero corresponde a las "transacciones comerciales entre empresas" que suelen darse entre empresas por negociación, por ejemplo, entre el que compra un insumo y quien lo vende; las segundas "formas no transaccionales" a través de cooperación o acuerdos gana-gana con proyectos en conjunto donde

puede haber alianzas e intercambios; y la tercera por “cooperación” o “asociación” de las instituciones o centros de investigación con las empresas (p. 413).

De manera que las transacciones realizadas entre industrias aglomeradas y proveedores han sido abordadas extensamente en estudios regionales, encaminados al análisis de las cadenas de valor, tal es el caso de autores como [Brown \(2000\)](#), quien hace un análisis de los vínculos con proveedores locales de empresas en la industria automotriz y aeroespacial de Suecia, concluyendo que la transferencia de tecnología y conocimiento es limitada en ambos clústeres; y sugiere la necesidad de implementar estrategias que permitan generar escenarios de competencia, internacionalización de proveedores, y consolidación de redes más allá del clúster ([Brown, 2000](#)). [Angel \(2002\)](#) demuestra que las asociaciones para desarrollar tecnología no solo permiten el aprendizaje grupal, sino también el acceso de fuentes de información necesarias para la supervivencia de la industria y empresas, y son dadas, en mayor medida, entre los clientes y proveedores no locales que con otras organizaciones o instituciones de investigación y desarrollo (I+D).

En cuanto a colaboraciones no transaccionales, [Isaksen \(2004\)](#) establece que para las empresas de software las interacciones son convenientes y necesarias para dinamizar el desarrollo de proyectos con proveedores y consultores aglomerados, dado que estos se ejecutan conjuntamente y requieren de contacto cara a cara en ambientes de formalidad e informalidad donde existe la transferencia de conocimiento tácito no codificable facilitado por la cercanía ([Isaksen, 2004](#)).

Otro tipo de interacción ampliamente abordada es el relacionamiento entre empresas e instituciones de I+D localizadas en un espacio de la geografía, que contribuye en las empresas y en el desarrollo regional a través de las externalidades de conocimiento. Desde este aspecto, [Rodríguez-Pose y Refolo \(2003\)](#) establecen que existe un fuerte vínculo entre la concentración de las pequeñas empresas localizadas y la investigación generada por universidades italianas e instituciones públicas, donde hay transferencia mutua de conocimientos y economías de aglomeración que incentivan el nacimiento y permanencia de las pequeñas empresas.

En contextos de informalidad, el estudio de las interacciones y colaboraciones ha sido menos prolífico, pero se ha evidenciado que existen desafíos, específicamente en el entorno institucional. Desde esta perspectiva, [Meagher \(2007\)](#) sostiene que las redes inciden positivamente en las aglomeraciones de tipo informal, facilitando su operación en conjunto con elementos culturales y étnicos, pero que existe falta de compromiso e inclusión de las dinámicas económicas que se dan de parte del Estado, por lo que suelen generarse escenarios hostiles en los mercados, fragmentación, entre otros elementos poco favorables para una mayor eficiencia.

En este mecanismo, la mayoría de los autores referenciados coincide en que la interacción y colaboración son significativos para la creación de

conocimiento y las innovaciones, no obstante, difieren respecto a la necesidad de la proximidad en el mismo espacio geográfico para que esto ocurra. Sin embargo, y en contraste, parece no ocurrir lo mismo cuando de pequeñas empresas se trata, o de industrias de naturaleza tecnológica o de conocimiento —donde las formas de trabajo tienden a ser por proyectos— y, en términos generales, en aquellas que dependen de interacciones informales —cara a cara— para su dinamismo y supervivencia. Por lo que nos planteamos respecto a este mecanismo la siguiente premisa:

1. Hi: Las colaboraciones e interacciones (INCO) son una condición necesaria y suficiente para la creación de conocimiento en las agrupaciones informales en el contexto de Cartagena (CCA).

Competencia y rivalidad (CORI). Desde el contexto de las aglomeraciones, la competencia y la rivalidad suelen abordarse como sinónimos, o al menos como conceptos complementarios, argumentando que son un mecanismo relevante para la eficiencia de las agrupaciones industriales en la geografía. En la red empresarial y en las agrupaciones industriales fue introducido por Porter quien se refirió a una visión sofisticada de la competencia en las aglomeraciones sosteniendo que la productividad de las empresas agrupadas tiende a basarse en la forma como estas compiten en lugares específicos, influenciados por el ambiente en que se dinamizan ([Porter, 1998a, 1998b](#)).

Otros autores como [Medlin y Ellegaard \(2015\)](#) conceptualizan la competencia y la rivalidad desde la literatura de los mercados comerciales en dos enfoques: uno estructural y otro social. Según los autores, basados en [Deustsch \(1949\)](#), desde la perspectiva estructural, la competencia sucede cuando un actor alcanza un objetivo e impide que otro actor lo haga; cuando dos o más empresas buscan un mismo objetivo y ejercen las actividades requeridas para lograrlo. No necesariamente los actores que compiten tienen una relación directa, pero sí un reconocimiento de las dinámicas del otro. En cuanto a la perspectiva social, los análisis de competencia y rivalidad se han abordado desde los grupos, la cultura y el desarrollo antropológico; en este sentido, se identifican elementos que inciden en el comportamiento de quienes la ejercen, entre los que están la cultura y los modelos mentales que podrían condicionar el tipo actividades dirigidas a los rivales o competidores ([Medlin y Ellegaard, 2015](#)). Basados en lo anterior, los autores exploran la actividad competitiva para determinar que se precisa de más conocimiento de las actividades que realizan los competidores y desde una visión menos estructural y enfocada en las redes; además de sugerir que los procesos competitivos que se desarrollan, podrían generar cooperación y colaboración que provoquen cambios dentro de la red organizacional ([Medlin y Ellegaard, 2015](#)).

Para [Porter \(1996, 1998a, 1998b, 2000\)](#), la competencia genera un crecimiento exitoso si las empresas agrupadas cuentan con información, conocimientos, habilidades, impulsos o estímulos generados por competidores locales,

instituciones, infraestructura, y una demanda local, teniendo como ejes principales el aprendizaje y las innovaciones.

A esto se suma la evidencia de que los casos positivos de industrias localizadas exitosas están dados por los vínculos o relaciones verticales entre compradores y vendedores; y de manera horizontal entre clientes, tecnologías e interconexiones que introducen formas diversas de competir que influyen de manera significativa en el desempeño de las agrupaciones industriales.

Por su parte, la rivalidad en las agrupaciones industriales localizadas es considerada por algunos autores como una "dimensión social cognitiva de la competencia" y la localización (Boari et al., 2003, p. 468), concluyendo que las organizaciones ubicadas dentro de una aglomeración reconocen como rivales no solo a los que están inmersos en el clúster, sino también a sus externos, ofreciendo la posibilidad de compararse de forma más directa; sumado a que las distancias entre ellas inciden para mapear el ambiente de competencia (Boari et al., 2003).

Desde el punto de vista de la informalidad, otras aproximaciones como las de Harris (2014) y McCormick (1999) sostienen que las aglomeraciones informales podrían generar *deseconomías* donde las externalidades que se presumen positivas tienden a disminuir a raíz de la proximidad cuando las transacciones entre los actores suponen riesgos de la desconfianza disponible en el entorno; sumada la competencia que allí se genera. En esta misma línea, Sonobe et al. (2011) hacen un estudio en África en agrupaciones del sector metalúrgico, y sostienen que las aglomeraciones informales a veces provocan entornos desfavorables cuando hay demasiada competencia que no les suma; y la educación de quienes son parte de ellas empieza a alejarse a lugares donde hay formalidad para beneficiarse y poder crecer.

Se puede decir que en las agrupaciones industriales la rivalidad y la competencia que se plantean bajo el marco de que la proximidad permiten que los agentes que ocupan el mismo espacio geográfico se evalúen unos a otros; y que la consecuencia de este monitoreo podría generar eficiencia en las agrupaciones (MalMBERG y Power, 2005). Por esta razón, se propone la siguiente hipótesis:

2. Hi: La competencia y rivalidad (CORI) es una condición necesaria y suficiente para la creación de conocimiento en las agrupaciones informales en el contexto de Cartagena (CCA).

Movilidad local y socialización (MOSO). La movilidad local y socialización en la literatura sobre las aglomeraciones se refiere al movimiento de personas entre un lugar de trabajo y otro, dentro de una misma industria y entre redes; constituyéndose esto en un elemento clave para analizar los derrames de conocimiento en un espacio geográfico de modo que las ideas que se dinamizan fluyen a través de las personas, que son quienes las poseen, y que surgen de las experiencias y de los conocimientos obtenidos en sus vivencias (Dahl y Oe, 2002).

Hay quienes sostienen que en las aglomeraciones el conocimiento explícito y la innovación son resultado de los efectos del desbordamiento de conocimiento, derivado de este mecanismo de movilidad y socialización, donde las interacciones sociales y vínculos que surgen a menor distancia generan condiciones para la dinámica empresarial (MalMBERG y Power, 2005). Para Zhang (2003), este desbordamiento de conocimiento tiene efectos favorables en quienes comparten el mismo espacio geográfico, analizando el comportamiento de los actores en un entorno y evidenciando que las personas que son parte de las empresas de alta tecnología se mueven de forma interna y externa a través de las redes, lo que les permite captar conocimiento para innovar y mejorar la eficiencia del clúster (Zhang, 2003).

Por su parte, Rosenkopf y Almeida (2003) examinan cómo las empresas buscan nuevo conocimiento en mecanismos de alianza y movilidad. Los datos para su análisis provienen de las citas de patentes de las empresas focales y analizando variables como el flujo de conocimiento medido con la tabulación de las citas de otras empresas registradas en la patente de la empresa focal; y la movilidad medida con la identificación de los casos de las patentes donde un inventor se trasladó de una empresa focal a otra durante los últimos nueve años. Los autores concluyen que, aunque la movilidad sí esta asociada al tránsito del conocimiento entre empresas, la proximidad no siempre es determinante, dado que estas pueden adquirir conocimiento más allá de su entorno inmediato.

Coe (2000) aborda la movilidad y la socialización a través del estudio de la industria creativa de cine y televisión indígena, conformada por pequeños productores independientes que usan redes locales, nacionales e internacionales para su operación. El autor determina que los procesos locales para la realización de películas están soportados por la movilización de personas en la ejecución de proyectos, que generan vínculos fuertes y sostienen la industria a este nivel. A estos resultados, se suman los de Chung (2012), quien hace un estudio en Arusha, Tanzania, sosteniendo que las redes étnicas dadas en la cercanía geográfica son importantes para la transferencia de habilidades y aprendizajes en las aglomeraciones, de manera especial en grupos pequeños.

La movilidad local y socialización se presentan entonces como parte de las dinámicas del mercado de trabajo, en el marco de redes y enlaces al interior de las agrupaciones, donde el conocimiento tácito fluye a través de las personas, y en ambientes favorables contribuye a las creaciones e innovaciones y, por tanto, a la creación de conocimiento. De acuerdo con esto, se propone la siguiente hipótesis:

3. Hi: La movilidad local y socialización (MOSO) es una condición necesaria y suficiente para la creación de conocimiento en las agrupaciones informales en el contexto de Cartagena (CCA).

3. Metodología

En esta investigación de connotación exploratoria se optó por la utilización de una técnica holística, enfocada en el análisis configuracional de 21 casos de dos sectores creativos. Los actores dentro de las agrupaciones informales de este análisis son músicos, productores audiovisuales, comunicadores audiovisuales, cantantes urbanos, sonidistas, microfonistas, productores musicales, productores de audio digital, fotógrafos, profesionales en mercadeo y publicidad musical, personas con lugares para la enseñanza o producción musical (no formalizados), grupos musicales (mariachis, folclor, rock, tropical), arreglistas musicales, videógrafos, entre otros, ubicados en la ciudad de Cartagena.

Los resultados de esta investigación se fundamentan en la utilización del análisis cualitativo comparado (QCA por sus siglas en inglés), caracterizado por ser un método de naturaleza mixta (Medina et al., 2017). Dicha metodología se aplicó considerando la naturaleza de las relaciones causales propias del objetivo de este análisis. Dado que en la literatura son variados los mecanismos de creación de conocimiento (MC) que podrían incidir en las aglomeraciones, se precisa de evidencia empírica que indique cuáles son los que sí tienen efectos en la creación de conocimiento (CC) y cuáles no. En este análisis exploramos los mecanismos de creación en las aglomeraciones informales de los sectores musical y audiovisual en la ciudad de Cartagena.

Varios autores sostienen que dicho método descansa sobre unos supuestos epistemológicos principales, por ejemplo, que hay condiciones que explican un resultado que pueden ser *suficientes o necesarias*; que dichas condiciones son entendidas como causas que generan unas consecuencias que no son vistas de manera aislada (*conjunción*); que los caminos para producir un mismo resultado pueden ser diferentes (*equifinalidad*); que las condiciones que generan un resultado pueden estar presentes o ausentes en el mismo y en diferentes momentos (*asimetría*); y, en consecuencia, las hipótesis tienden a formularse de manera configuracional (Medina et al., 2017). En términos generales, podríamos decir que este método implica hacer comparaciones de formas de llegar a un resultado, además de aproximarse a la comprensión de las características de un grupo de casos en el contexto en el que se desarrollan a través de configuraciones o recetas que nos cuentan una historia (Medina et al., 2017; Parente y Federo, 2019).

Además, el QCA es el método que ofrece la posibilidad de trabajar con muestras medianas, es decir, muestras poco adecuadas para análisis de inferencias estadísticas significativas, y que podrían ser bastante amplias para un análisis de casos a profundidad, siendo aplicado en el análisis de las ciencias sociales (Medina et al., 2017), y de manera específica en el contexto de las organizaciones (Fiss, 2011) desde el área del management.

3.1. Datos

La recolección de datos se realizó entre 2020 y 2021 mediante entrevistas semiestructuradas y observación, en conjunto con las revisiones de informes y documentos especializados como fuentes secundarias. Las entrevistas fueron aplicadas a actores que manifestaron ejercer la informalidad en el sector musical o audiovisual durante los dos años anteriores. Cada entrevista tuvo una duración entre 90 y 120 minutos, y fue grabada en audio y video para su transcripción y análisis a través de los softwares ATLAS.ti y fsQCA 3.1 de Ragin (2017). A su vez, se contó con un instrumento de referencia compuesto por categorías relacionadas con las aglomeraciones informales, tanto en su composición como en lo relativo a los mecanismos de creación de conocimiento: movilidad local, competencia y rivalidad, colaboración e interacción. Adicionalmente, otras categorías exploraron a detalle el desempeño de los actores en la aglomeración para, finalmente, abordar las relaciones o vínculos de los formales con los informales dentro del sector.

El muestreo realizado fue de bola de nieve, y se realizaron 23 entrevistas de las que se seleccionaron 21 casos que cumplieran con las condiciones para el análisis, teniendo en cuenta la estrategia del MSDO propuesta por Medina et al. (2017) que consiste en la selección de casos parecidos con resultados diferentes para evaluar las hipótesis planteadas.

3.2. Tratamiento

Inicialmente, se realizó un análisis cualitativo a partir de las diferentes voces consultadas, empezando con el alistamiento de los datos, hasta llegar a la comprensión de las voces con ayuda de herramientas analíticas complementadas con el software ATLAS.ti. Seguidamente, el QCA nos permitió explicar los mecanismos de creación de conocimiento de las agrupaciones informales de los sectores creativos de Cartagena que inciden en la creación de conocimiento y los que no. En este sentido, y basados en las indicaciones de Medina et al. (2017), se plantearon tres hipótesis que se formularon en términos configuracionales, expresando necesidad y suficiencia.

En cuanto al número de casos que deben ser parte del modelo, Marx et al. (2013) plantean que podrían estimarse a través de una medida de referencia que muestre cuántos casos se necesitan para realizar un análisis csQCA, proporcionales a un número determinado de condiciones, donde sostiene la necesidad de un umbral de 10 % o de uno más estricto del 1 %. Este análisis cuenta con la medida propuesta, dado que se tienen cuatro condiciones que surgen en la literatura como mecanismos de creación de conocimiento: 1) interacción y colaboración; 2) movilidad local y sociabilidad; 3) competencia y rivalidad; 4) creación de conocimiento como resultado; y 21 casos pasando la prueba de referencia propuesta por el autor en un umbral del 1 %.

Los hallazgos de cada uno de los casos fueron comparados entre sí, identificando las similitudes y disparidades. En este punto, se usó el QCA en su variante csQCA (conjunto nítido) en el software fsQCA 3.1. De esta manera, y en línea con Bakker et al. (2011), fue posible combinar “la fuerza de la investigación cualitativa” para conocer los casos y la cuantitativa a través de comparaciones sistemáticas entre ellos (p.497). El análisis de los datos con las técnicas Crips- set QCA, y basado en Medina et al. (2017), incluyó siete etapas posteriores a la organización de la información e identificación de casos seleccionados para el estudio, iniciando con la “dicotomización de las condiciones”, seguido del “análisis de condiciones necesarias”, “construcción de la tabla de la verdad”, “análisis de condiciones suficientes”, “minimización” y terminando con la “evaluación de los resultados” (ver Figura 1) (Medina et al., 2017, pp. 77-112).

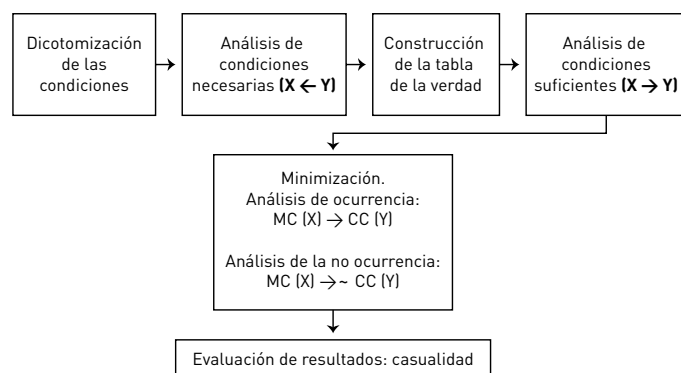


Figura 1. Etapas del análisis QCA.

Fuente: elaboración propia basada en Medina et al. (2017).

4. Resultados y discusión

4.1. Mecanismos de creación en las agrupaciones informales de los sectores creativos en Cartagena

A partir del análisis de las voces de un grupo de actores informales de los sectores creativos, se caracterizó cada uno de los mecanismos de creación de conocimiento de este análisis para establecer su descripción y ocurrencia en la aglomeración.

La movilidad local y la socialización (MOSO) como mecanismos de creación de conocimiento en los sectores creativos, pone en el centro a las personas como poseedoras de los conocimientos, ideas, experiencias y habilidades requeridas para un proyecto. Lo anterior, se evidencia en las narrativas de los entrevistados, donde se reconocen conceptos clave que son abordados en la literatura para explicar cómo funciona este mecanismo en las aglomeraciones, tal es el caso de redes y vínculos generados entre las personas.

Estos hallazgos son congruentes con el concepto de la red en MOSO y en los sectores creativos, que fue abordado por Coe (2000) para explicar los vínculos de dependencia que se establecen entre los actores que son parte de una red local, sosteniendo que los lazos

tienden a ser fuertes en estos sectores porque la movilidad del talento humano y de recursos es propia para la elaboración de proyectos de naturaleza creativa. En Cartagena, las redes locales están mediadas dentro del mismo sector por vínculos de amistad y recomendación cuando de clientes se trata, siendo estos elementos importantes para la movilidad del talento humano entre los grupos y proyectos locales. A continuación, dos actores hablan de MOSO, mencionando las dinámicas de participación en diversos proyectos locales:

En los últimos años he colaborado con bastantes personas. Yo como músico me caracterizo porque yo hago toda clase de música, yo soy urbano, soy de todo, yo no hago solo música, yo no hago un género de música, sino que soy músico. He trabajado con [nombre de cantante] que es de [nombre de cantante], hemos trabajado temas también con panitas de aquí. (Caso 6, comunicación personal, 26 de marzo de 2021)

Los proyectos han sido más o menos como unos 10 proyectos, que incluyen la permanencia en acompañamientos con algunas orquestas locales, incluyendo la mía, y participación con artistas que vienen visitando la ciudad para un determinado evento, y a nivel de producción, estos dos últimos años, son como 20 proyectos. Se hacen muchas cosas. (Caso 8, comunicación personal, 23 de marzo de 2021)

En este mecanismo se reconoce que el conocimiento práctico es necesario para el desarrollo de varios oficios que son parte del universo creativo y cultural que suponen de una experticia, no solo generada por la práctica diaria, sino también por la experiencia en otros grupos y con otros actores. Así, por ejemplo, en el siguiente caso un músico nos explica cómo a través del roce, la socialización con otros grupos, llega a tocar con personas de su “mismo nivel musical”, posibilitando la creación de conocimiento en la prestación de un servicio:

Como dice uno acá, en el roce, yo fui a un evento donde me llamaron a mí, pero yo no sé quién más va, entonces allí este fulanito y en el roce de tocar y tocar vas conociendo, vas conociendo, hasta el punto de que llegas a tocar con los maestros, con las personas que llevan muchos años, entonces digamos que son un poco reservados en el tema de: ¿quién viene? ¿por qué lo vas a mandar a él? ¿quién es él, que no lo conozco? Entonces cuando tú ya vas a tocar con ese nivel musical —porque es un nivel musical alto— tú debes haber tenido un roce. Yo afortunadamente tuve digamos uno de los mejores roces del mundo, que fue con el maestro [nombre del maestro]. El maestro [nombre del maestro] dice: esta persona es buenísima, y eso llega al oído de muchas personas, entonces quieren tocar contigo para ver si es verdad. Así en

el roce, digamos que nos vamos conociendo. Ahora cómo con esto de las redes sociales, todos andan montando videos y eso, entonces todos lo ven, ven por ahí, entonces dicen; ¡ah ya conozco ese pelado de cara! Cuando ya toco con ellos, decimos, mira mucho gusto ya te he visto por ahí. (Caso 5, comunicación personal, 20 de marzo de 2021)

Respecto a CORI, tiene que ver con la posición que asumen los actores cuando identifican a los que hacen lo mismo que ellos para alcanzar los mismos objetivos, por ejemplo, en la realización de proyectos o creaciones conjuntas dentro del sector. La actividad competitiva o de rivalidad que ejercen los informales de los sectores creativos de Cartagena, podría categorizarse teniendo en cuenta el objetivo que tiene el actor para evaluar o identificar a sus competidores. Así las cosas, según las narrativas, aquí se categorizan seis tipos de actividades dentro de las agrupaciones informales: competencia por imitación o referencia, competencia por *diferenciación*, competencia por convocatorias, competencia por rivalidad, competencia por cooperación e individualismo.

La primera es emprendida cuando se evalúa al otro que consideran en un estatus o en un nivel de superioridad respecto a su posición en la red, pero también en cuanto al conocimiento de la técnica en los oficios. Por esto, la competencia es considerada un referente, un punto de partida para hacer lo que otro hace de la misma manera o mejor. Las siguientes voces se refieren a esta forma de competir:

Uno que otro competidor, pero no diciéndonos textualmente que es lo que tenemos que hacer, sino que con las muestras de su trabajo nosotros las tomamos como referencia, y buscamos también de actualizar digamos que esa desactualización que nosotros tenemos. (Caso 11, comunicación personal, 03 de mayo de 2021)

Yo los busco en las redes sociales, con las redes te voy a ser sincero, yo con respecto a eso no le presto mucha atención porque no es mi fin como tal; pero sí ando más pendiente a eso en la producción musical, ahí es donde yo ando pendiente, qué es lo que sale, qué es lo que hacen, porque es donde yo en realidad quiero estar: por qué este sonido, por qué este efecto, por qué hizo esto al principio, hizo esto hasta el final, y entonces utilizo ese recurso de canciones para poder hacer productos. (Caso 17, comunicación personal, 06 de febrero de 2021)

Sí, porque igual tú miras lo que hacen y tú dices; ¡ah! Yo podría hacer algo así o un poquito mejor, o podría implementar esto en esto y así. (Caso 20, comunicación personal, 12 de mayo de 2021)

La segunda es la actividad competitiva por diferenciación, aquella en que los actores ven la competencia como una manera de evaluar al otro que hace lo mismo para diferenciarse, argumentando que esta es una forma de inno-

var y hacer cosas diferentes a lo que vienen haciendo los demás. Tres actores aluden a este punto:

Es bacano porque eso te hace que tú estés constantemente tratando de innovar, de buscar cosas con las cuales trabajar, fusionar para que suene diferente a los otros, entonces creo que a nivel competitivo eso, o sea yo veo la competencia es por esa parte, mas no la competencia por el lado malo, sino por tratar de diferenciarme de lo que están haciendo los otros, entonces creo que a nivel competitivo, yo veo la competencia por esa parte, mas no la competencia por el lado malo sino por tratar de proponer, de innovar, y eso siempre nos ha caracterizado a nosotros, entonces por ese tema yo lo veo positivo. (Caso 7, comunicación personal, 20 de febrero de 2021)

No, lo que yo te estoy diciendo que en Cartagena haya más proyectos propios, que haya más competencias que te ayude a siempre exigirte, a crearte un nuevo producto tú, o sea yo soy rockero y yo trabajo otro ritmo, ahora mismo estoy trabajando mucho los ritmos fusiones. Yo estoy haciendo ahora un proyecto musical, este proyecto lo estoy haciendo con cuidado porque no quiero que se parezca a un proyecto que haya hecho otro, que tenga esa diferencia, entonces esa cuestión de que haya proyectos propios me parece bueno porque crea competencia. (Caso 2, comunicación personal, 30 de noviembre de 2020)

Uno tiene un enfoque, una idea de lo que uno quiere, uno no trata de parecerse a ningún otro grupo, a ninguna otra agrupación, yo soy de las personas que yo me manejo en el punto de que este es mi trabajo, y mi trabajo vale esto, sí es caro y te puedes ir con otros más económicos pues estas en tu libre derecho de contratar a otro, pero mi trabajo vale esto, esa es mi forma de trabajar y los músicos que conmigo han trabajado les ha ido bien así, porque hay un trabajo bueno, un trabajo de calidad y a la gente le gusta. (Caso 9, comunicación personal, 06 de mayo de 2021)

La tercera actividad competitiva se refiere a definir a la competencia como una forma de cooperación, donde los competidores son vistos como colegas y amigos que, si bien buscan el mismo objetivo, pueden trabajar conjuntamente, como lo refieren dos actores:

Sí, son mis mismos compañeros, pero entonces no lo llamaría como una competencia, es como quién grabó más o de mejor calidad, quién estuvo más pendiente, realmente no hay una rivalidad ni nadie se tira porque, por ejemplo: no, yo grabé mejor que tú, nada de eso, porque realmente es algo que ellos saben, yo lo sé, a fin de cuentas hacemos el mismo trabajo, lo que nos piden, aquí está lo que usted me pidió, yo te lo entrego. Pero rivalidad así

como tal, no. (Caso 16, comunicación personal, 05 de septiembre de 2021)

Sí, muchos de los colegas yo los llamo, les pregunto cosas, me llaman, me preguntan cosas y yo sé más de algo de los géneros que yo trabajo, y me llaman para pedir referencia, por ejemplo, nos decimos, tengo un artista que sabe más de esto y así, hay una relación como de colegas, no tengo un tipo de enemistad con ninguno, nada de eso (...) no tengo ningún asunto con la rivalidad, nada de eso. (Caso 19, comunicación personal, 04 de marzo de 2021)

La cuarta actividad competitiva de los actores podemos evidenciarla cuando deciden presentarse a *convocatorias* para ganar un premio o posicionamiento donde participan varios actores que compiten, incluso sin conocerse. Un actor nos habla de su experiencia:

Bueno, por lo menos ahorita como te digo, hago parte de varios proyectos ganadores (...). Pero yo, o sea, este año por lo menos me gané tres convocatorias; dos con canciones y una con un vídeo, entonces como que esos premios no son tenidos en cuenta como proyecto, sino como que son un estímulo a la premiación de algo. (Caso 1, comunicación personal, 30 de noviembre de 2020)

También, y en menor proporción, está quien asocia la competencia a elementos de la rivalidad, tal es el caso del siguiente actor:

Hay músicos aquí que están trabajando proyectos. La verdad yo puedo hablar muy mal de eso, horrible. Esto aquí es "quítate tú para ponerme yo". Te patean, te quieren dar la puñalada; por ejemplo, si estas tocando en un bar, está el otro pendiente en el momento en que tú estés quieto y tac te dan la puñalada. Esto aquí es feísimo, da es pena. Entre el gremio de músico roquero más todavía. (Caso 2, comunicación personal, 30 de noviembre de 2020)

Sumado a esto, es posible identificar a quiénes estiman la actividad competitiva desde el individualismo:

Hay una competencia entre ellos, no te hablo, yo estoy fuera de competencia, fuera de ranking, pero entre ellos sí tienen una peleadera porque todos cobran a un precio más económico y entonces todavía no han llegado como a hacer una asociación, una cuestión formal como tal para ellos organizarse en cuanto a tarifas, en cuanto a precios estipulados dependiendo de la distancia, en fin, ellos allá (...) yo cobro lo que quiero cobrar, lo que yo creo que vale mi trabajo. (Caso 4, comunicación personal, 05 de marzo de 2021)

Yo soy un poquito más puro, no me gusta esa rivalidad y estar entre la gente y así, a mí me gusta mejor hacerme en mi esquina e irme por donde

yo quiera que sea, no me gusta estar, no que porque tú hiciste más que yo, tengo que estar (...) que porque tú hiciste no sé qué, que porque ya tú pegaste no sé qué, yo tengo que (...) mira yo tengo amigos que han pegado la canción fuerte y ahí estamos. Entonces influiría que yo de mi parte no le siento envidia a ninguno, ni rivalidad. (Caso 15, comunicación personal, 16 de abril de 2021)

Los modos de competencia antes descritos, han sido abordados en el concepto de competencia y rivalidad de manera dispersa e implícita en la literatura revisada, sin embargo, en este análisis, a partir del concepto y los datos empíricos, se han clasificado en formas de competir, dado que no todas inciden explícitamente en las creaciones de las agrupaciones informales de los sectores creativos en Cartagena.

En Cartagena el mecanismo INCO en las agrupaciones informales se refiere a las relaciones que se generan a través de redes o vínculos informales con grupos de interés que contribuyen, inciden, complementan las ideas de los actores creativos, afianzan una creación, la ejecución de un proyecto, o la prestación de un servicio. Existen colaboraciones transaccionales y no transaccionales. Las primeras ocurren entre los clientes y las agrupaciones informales, y que son significativas en la medida en que estos influyen en las creaciones de los actores, y la transferencia de conocimiento tiende ocurrir de manera inconsciente e informalmente en los procesos. De manera específica, es posible ver cómo los clientes y las agrupaciones informales cocrean en algunos servicios, como en presentaciones en vivo y servicios audiovisuales, donde ambas partes, a través de las interacciones en los procesos de preproducción y posproducción, transfieren conocimientos que se reflejan en el servicio final; y, en menor proporción, los proveedores¹ impactan el proceso de producción, es decir, la ejecución del evento. Varios actores creativos se refieren a este punto:

Inciden de forma indirecta, ellos de pronto dan unas pinceladas de ideas, por lo general todos los clientes quieren hacer algo, pero no saben cómo hacer, entonces nos dicen: "yo quiero hacer esto", "que sea más o menos como esto", y te muestran un referente, pero con este producto, entonces nosotros ahí partimos, o sea ya tenemos una base para partir, entonces la idea no es totalmente de nosotros sino que es una idea compartida y es en lo que incide pues como en la referencia, en el decir qué es lo que quieren, la lluvia de ideas inicial más que todo. (Caso 11, comunicación personal, 03 de mayo de 2021)

Bueno, nosotros siempre, lo primero, lo inicial es que debemos tener claro qué es lo que quiere el

¹ En cuanto a los proveedores, si bien los actores creativos adquieren sus herramientas e implementos de trabajo por internet (no localmente), en la producción de algunos servicios intervienen proveedores como transportistas o servicios complementarios.

cliente (...), dependiendo de la idea de lo que ellos quieran, pues lógicamente nosotros ajustamos esa idea a un proyecto, me entiendes. Por ejemplo, hay muchas, muchas personas que dicen: “no, que yo quiero que al inicio me reciban con un saxofonista, o el otro, “yo quiero que toquen música de los ochenta”, o “yo lo que quiero en realidad, es que me reciban con una mulata, los tambores con todo eso”. En realidad, nosotros estamos al gusto de quién te va a contratar, dependiendo de lo que ellos quieran, nosotros podemos ajustar, poner el proyecto en marcha, ajustar todo lo que son los ensayos, ajustar todo lo que es el repertorio musical para que se de lo que ellos quieren. (Caso 9, comunicación personal, 06 de mayo de 2021)

Muchas veces pasa que el cliente, por ejemplo, me pide, eso acaba de pasar ahorita hace unas 3 horas, alguien me llamó para hacer una pieza gráfica y me dice “necesito que metas los dos logos, pero que luego no sé, que vaya a la derecha, el otro vaya a la izquierda, la foto la quiero así, que vayan aquí que vayan acá”, prácticamente la persona está diseñando, no tiene conocimiento de diseño gráfico, él me está poniendo condiciones acerca de mi trabajo creativo. (...) Trato de llenarme de paciencia y llevar también todo su concepto, porque es válido, o sea, quien quiere el diseño y le tiene que gustar es a él, pero también tengo que hacerle entender que muchos conceptos que los clientes a veces quieren, no es el más conveniente para su marca, es lo que trato de hacerle ver, que hay otras maneras que puede facilitarle y ser más conveniente para su marca. (Caso 18, comunicación personal, 05 de mayo de 2021)

En cuanto a las segundas, las colaboraciones e interacciones de tipo no transaccional, en las agrupaciones analizadas se evidencian procesos de cocreación, a través de redes informales, donde hay transferencias de conocimientos tácitos y explícitos, y aprendizaje grupal, que ocurren de manera necesaria y natural entre actores creativos que generan proyectos conjuntos. Así, por ejemplo, estas colaboraciones e interacciones se mencionan en procesos de preproducción, producción y posproducción del sector musical y audiovisual. A continuación, un actor se refiere a las interacciones entre actores creativos y a cómo ocurren los procesos de cocreación:

La colaboración influye positivamente en el sentido de que se forma un complemento, en donde ese complemento ayuda a dar como los toques finales que la propuesta necesita, puesto que al final puede ser en distintos aspectos, puede ser el tema de vestuario, por ejemplo, en cuestiones en vivo, aporte con respecto en cómo se arma el repertorio, aspecto técnicos musicalmente hablando, en producción también. Cada músico que llega, si hay una idea y un arreglo, cada músico que llega como que se va

compenetrando con el material que hay, y también va desarrollando y tienen cierta libertad de proponer ante lo que ya está establecido, porque se va dando, se va dando una retroalimentación en esa comunicación, entonces en la mayoría de veces el resultado es positivo, porque la gente va dando aportes. (Caso 8, comunicación personal, 23 de mayo de 2021)

Otras personas entrevistadas se refieren a las colaboraciones en cuanto a herramientas propias para las creaciones, y a los aportes en conocimiento entre actores creativos que son parte del sector:

Digamos que están produciendo una canción a alguien en tal estudio y no se encuentra de pronto cerca de ese estudio, de pronto en ese estudio falta los plugin u otros canales y nosotros podemos hacer una producción mejor de ese tema en otros estudios que son cercanos a nosotros. Entonces, por ejemplo, yo vivo en el Pie de la Popa y mi amigo en El Nazareno o sea lejos, pero como en cambio él tiene otros estudios cercanos podemos grabar allá si yo quiero grabar, o sea hay una facilidad de que el cantante puede elegir dónde quiere grabar y nosotros tenemos las conexiones para hacerlo real siempre. (Caso 15, comunicación personal, 16 de abril de 2021)

Sí, es como todo, es la ley de dar sin esperar, porque hay personas que me han transmitido conocimientos de música y nunca me han pedido nada, yo soy quien de pronto algún día por ahí los invité a almorzar cualquier cosa y me dicen: “ay no te preocupes”. Aquí hay un maestro que se llama (nombre del maestro) que lo quiero mucho —inclusive fue quien dirigió la orquesta cuando vino (nombre de un artista internacional)—, igual yo antes me limitaba mucho con las escalas musicales mayores y menores, y un día, pues me llamó para que asistiera a un evento en la universidad. Yo en el momento estaba tocando la guitarra y me acuerdo que lo hice desde mi punto de vista mal, entonces yo le dije: “perdón, que me equivoqué”. “Cómo así”, me dijo, y yo quede como que... Él dijo: “es que tengo que explicarte muchas cosas... lo que pasa es que esa es otra escala, esto es otra armonía, esto es jazz. Y efectivo, empecé con la inquietud, por qué esta nota se llama así, pues eso también es lo bonito de enrolarse con gente que tiene conocimientos. (Caso 17, comunicación personal, 06 de febrero de 2021)

En línea con estos resultados, en el caso de los informales de Cartagena, las interacciones y colaboraciones están dadas por proyectos conjuntos, ya que las industrias creativas se dinamizan de esta manera; entonces, los lazos de amistad que han sido referidos contribuyen en la configuración de vínculos sólidos en la red. La interacción cara a cara les permite aprender conjuntamente, motivando el aprendizaje interactivo dentro del sector.

Las interacciones y las colaboraciones se hacen visibles entre proveedores, clientes, y actores creativos que son parte del mismo sector (siendo significativas para la creación de conocimiento) no obstante, las que tienen que ver con la transferencia tecnológica y de conocimiento por parte de las instituciones de I+D parecen ser pocas en ambos sectores.

4.2. Un análisis configuracional: mecanismos de creación de conocimiento en las agrupaciones informales de los sectores creativos en Cartagena

El análisis configuracional inició con la dicotomización de las variables observadas considerando elementos teóricos y empíricos (Medina et al., 2017). En cada caso, cuando una condición estaba presente se le dio una asignación de 1 y cuando estaba ausente de 0 (Rihoux y Meur, 2012). En este punto, Adcock y Collier (2001) y Paxton (2000) sostienen que es posible generar una medida dicotómica a través de un concepto de fondo, hasta llegar a una definición concreta y convertirla en un indicador que permita refinar lo conceptual o teórico y asignarle una puntuación, sin desestimar el conocimiento empírico de los casos.

A la variable creación de conocimiento en la aglomeración (CCA), se le dio un valor de 1 al identificar la presencia de esta en el contexto y un 0 en su ausencia. Esta condición se refiere a la creación grupal, donde hay posibilidades de la conversión de conocimiento a través de las experiencias, mediadas por la interacción o socialización (Nonaka y Takeuchi, 1999) en las aglomeraciones. La CCA hace énfasis en la capacidad externa de creación y transferencia de conocimientos variados (Camisión y Forés, 2011) y está dada gracias a la

trasmisión informal dentro de un entorno local para la generación de una pieza o un servicio (De-Miguel Molina et al., 2019). En este sentido, cuando el actor creativo dentro de sus narrativas mencionaba que trabajaba con diferentes personas, proyectos, dentro del entorno local, se le asignaba un 1 y cuando no ejercía la capacidad externa de creación con otros grupos o personas de la red (diferentes a su grupo focal) se le asignó un 0.

Respecto a INCO, se refiere a vínculos o relaciones generadas entre actores de interés, donde se posibilita la transferencia de conocimientos para la creación o supervivencia de las organizaciones (Malmberg y Power, 2005), en línea con ello, se le asignó el valor de 1 cuando los actores han obtenido resultados significativos para sus creaciones de las interacciones o colaboraciones con *stakeholder* que son parte del entorno local y 0 cuando no se registraban estos resultados.

Por su parte, MOSO corresponde a que las personas se mueven en la red local para juntarse con otros, generando unión para realizar proyectos (Rosenkopf y Almeida, 2003) externos al grupo base; cuando esta condición estaba presente en el actor, la asignación fue de uno 1 y cuando no lo estaba, fue de 0.

Para Medlin y Ellegaard (2015) la actividad competitiva (CORI) está dada cuando los actores se reconocen, buscan el mismo objetivo, y hacen lo necesario para alcanzarlo y posicionarse en comparación a otros que hacen lo mismo, así las cosas, cuando los actores reconocían dentro de sus narrativas que la actividad competitiva incidía directamente en sus creaciones, la asignación fue 1 y cuando no, 0.

A partir de la dicotomización de cada una las dimensiones explicadas previamente, se generó una tabla de la verdad con los 21 casos de este análisis (ver Tabla 1).

Tabla 1. Tabla de la verdad dicotómica.

Configuraciones	Condiciones			Resultado
	Competencia y rivalidad (CORI)	Movilidad local y socialización (MOSO)	Colaboración e interacción (INCO)	Creación de conocimiento en la aglomeración CCA
1	1	1	1	1
2	1	0	0	0
3	0	1	1	1
4	0	0	1	0
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1
8	0	1	1	1
9	0	1	1	1
10	1	1	1	1
11	1	0	1	0
12	0	1	1	1
13	0	1	1	1
14	0	0	1	0
15	0	1	1	1
16	0	1	1	1
17	1	1	1	1
18	1	1	1	1
19	0	0	1	0
20	1	0	1	0
21	1	0	1	0

Fuente: elaboración propia.

La segunda fase, relacionada con el análisis de necesidad, consistió en establecer que la condición X está presente (1) cuando Y sucede (1), usando como herramienta la tabla de dicotomización. Este análisis fue aplicado a cada condición, tanto para la ausencia como para la presencia. El objetivo de este punto se representa así: $(X \leftarrow Y)$ y fue asistida por el *software*; por lo tanto, tenemos que la condición MOSO cuenta con la mayor cobertura de los casos (1.00), para la presencia y la ausencia del resultado en su negación:

$$\begin{aligned} &(\text{MOSO} \leftarrow \text{CCA}) \\ &(\sim\text{MOSO} \leftarrow \sim\text{CCA}) \end{aligned}$$

A partir de esto, e igualmente con asistencia del *software*, se identificó qué condiciones son suficientes para que se produzcan los resultados $(X \rightarrow Y)$, es decir, aquellas que están presentes siempre que se da el resultado de creación o no creación de conocimiento en los casos $(\text{CCA} \& \sim\text{CCA})$.

Luego de la minimización, la cual tiene como objetivo identificar las condiciones que no son necesarias para que se de el resultado, el análisis arrojó dos configuraciones a partir de los mecanismos estudiados, que se generan en la creación de conocimiento (CCA) en las agrupaciones informales. La presencia del resultado, creación de conocimiento en las agrupaciones informales en el contexto de Cartagena (CCA), se produce cuando el mecanismo competencia y rivalidad está ausente ($\sim\text{CORI}$) y están presentes los mecanismos INCO y MOSO. También, es posible establecer creación de conocimiento en el contexto entre las agrupaciones informales cuando están las tres condiciones presentes, es decir, cuando los informales compiten (CORI), se mueven entre proyectos (MOSO), y colaboran entre ellos (INCO). El conjunto de estas configuraciones está presente en 14 observaciones y se representan con las siguientes expresiones:

$$\sim\text{CORI} * \text{MOSO} * \text{INCO} + \text{CORI} * \text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \text{CCA}$$

Desde el punto de vista empírico, quienes son parte de estas configuraciones tienen factores comunes respecto a cómo se dinamizan en el mercado local del sector audiovisual y musical. Mayoritariamente, cuentan con experiencia en el campo y reconocen plenamente las dinámicas del mercado local; y ofrecen servicios audiovisuales y musicales respondiendo a las demandas locales de formas diversas. Entre más actores creativos se movilizan a través de proyectos locales, más posibilidades tienen de que se den colaboraciones en red y con clientes en el contexto local.

La primera configuración, con ausencia del mecanismo CORI ($\sim\text{CORI}$) y presencia de las demás condiciones para la creación de conocimiento, está compuesta por actores de ambos sectores (audiovisual y musical) entre los cuales es posible identificar roles variados: músicos, cantantes, productores de música urbana, productores au-

diovisuales, y sonidista. Estos actores crean conocimientos en las aglomeraciones a través de la movilidad local, socialización, colaboración e interacción, y en ausencia de competencia y rivalidad. Este grupo de casos se caracteriza porque, si bien reconoce la competencia localmente, esto no implica que ello condicione el qué y el cómo de sus oficios; no incide en la creación final, ni en los precios que ellos le asignan a lo que hacen en el mercado.

El mayor interés de este grupo es ofrecer un servicio de calidad según sus talentos y conocimientos; por lo que sus acciones en el mercado local están más direccionadas a satisfacer intereses personales e intereses de clientes y, en este escenario, hay un comportamiento más colaborativo que competitivo entre actores del mismo sector en la red, y clientes tanto formales como informales en el entorno local.

$$\sim\text{CORI} * \text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \text{CCA} \text{ (1)}$$

La segunda configuración donde está presente CORI nos dice que la creación de conocimiento en la aglomeración está presente (CCA) cuando hay movilidad local entre proyectos (MOSO), colaboración e interacción (INCO), y competencia y rivalidad (CORI), representado en siete de los casos analizados. Este grupo de actores emprende acciones colaborativas en la red que les han permitido mantenerse; generar conexiones para trabajos conjuntos a nivel local y externo; no tienen una actitud pasiva frente a otros competidores, sino que los reconocen y emprenden acciones de búsqueda de información a través de las redes sociales, relacionamiento local con otros del mismo sector, o reconocen obtenerla de manera involuntaria a través de las interacciones con clientes en escenarios compartidos (estudios de grabación, home studios, eventos).

Esto incide en la mejora de lo que tienen o para diferenciarse de otros como creaciones, instrumentos o herramientas, y técnicas, y lo relacionado al marketing; a esto se suma que dos de los casos conocen las dinámicas institucionales bastante bien y logran articularse a ellas a través de participación activa en escenarios convocados.

$$\text{CORI} * \text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \text{CCA} \text{ (2)}$$

Los resultados minimizados de estas configuraciones para la presencia del resultado nos indican que la creación de conocimiento en las agrupaciones de informales en Cartagena se produce cuando hay movilidad local y socialización, acompañada de colaboraciones e interacciones en las aglomeraciones de ambos sectores, musical y audiovisual.

$$\text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \text{CCA} \text{ (3)}$$

Cuando se explora el comportamiento de los mismos mecanismos en relación con la ausencia de creación de conocimiento externo, surgen tres configuraciones.

La primera muestra que la ausencia de creación de conocimiento en las aglomeraciones (\sim CCA) se produce cuando hay colaboraciones e interacciones (INCO) sin la presencia de movilidad local y socialización (\sim MOSO), ni competencia o rivalidad (\sim CORI).

De igual manera, la ausencia de creación de conocimiento también se produce en la segunda configuración, cuando hay presencia de competencia y rivalidad (CORI) y colaboraciones e interacciones (INCO), pero ausencia de movilidad local y socialización (\sim MOSO). La tercera es cuando están ausentes todas las condiciones, excepto la competencia y la rivalidad (CORI).

Las tres configuraciones antes señaladas están representadas en la siguiente expresión booleana:

$$\sim \text{CORI} * \sim \text{MOSO} * \text{INCO} + \text{CORI} * \sim \text{MOSO} * \text{INCO} + \text{CORI} * \sim \text{MOSO} * \sim \text{INCO} \rightarrow \sim \text{CCA}$$

Respecto a las expresiones anteriores, y en términos generales, al analizar la expresión booleana completa se encuentra que difieren en una condición que corresponde a la ausencia o presencia de la competencia y la rivalidad (CORI), lo que nos dice que esta no es una condición necesaria ni suficiente en el contexto de ambas industrias en la ausencia del resultado.

En la observación práctica se encuentra que la primera configuración caracterizada por la ausencia de CCA, de competencia y rivalidad (\sim CORI) y de movilidad local y socialización (\sim MOSO), pero presencia de colaboraciones e interacciones (INCO), está compuesta por actores de agrupaciones del sector musical que se dedican mayormente a las presentaciones en vivo, las cuales cuentan con un grupo base fijo con el que trabajan, moviéndose poco en las redes externas locales.

$$\sim \text{CORI} * \sim \text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \sim \text{CCA} \text{ (1)}$$

En la segunda configuración analizada para ausencia de creación de conocimiento, a partir de la ausencia de movilidad y socialización (\sim MOSO) y presencia de interacciones y colaboraciones (INCO) y de competencia y rivalidad (CORI), el grupo de casos se caracteriza por ofrecer servicios de fotografías. Estos evidencian interacciones y colaboraciones con los clientes cuando solicitan un servicio, y con otros actores creativos en cuanto a préstamo de equipos, a lo que se suma la competencia para lograr un posicionamiento en la red local y precios, sin embargo, la ejecución de su labor está dada con un mínimo de personas que suelen ser las mismas (a veces un familiar como auxiliar) o bien en solitario.

$$\text{CORI} * \sim \text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \sim \text{CCA} \text{ (2)}$$

De las dos primeras configuraciones que componen la expresión booleana inicial [compuesta de configuración (1+2)], surge una tercera (3) configuración minimi-

zada para la ausencia del resultado que corresponde a que los bajos niveles de creación de conocimiento en las agrupaciones informales se debe a la ausencia de movilidad local y socialización (\sim MOSO), aunque exista la presencia de colaboraciones e interacciones (INCO) en las agrupaciones de informales que ofrecen servicios audiovisuales y musicales, entre los que están quienes tienen los roles de cantantes, músicos, fotógrafos y productores audiovisuales.

$$\sim \text{MOSO} * \text{INCO} \rightarrow \sim \text{CCA} \text{ (3)}$$

Otra configuración que emerge para la ausencia del resultado, producto de la expresión booleana inicial, comprende que la presencia de competencia y rivalidad (CORI) con ausencia de (\sim MOSO) y ausencia de (\sim INCO), genera ausencia de creación de conocimiento.

$$\text{CORI} * \sim \text{MOSO} * \sim \text{INCO} \rightarrow \sim \text{CCA} \text{ (4)}$$

De esta configuración se puede decir que, quienes las componen, son actores que están al tanto de quienes hacen lo mismo para mejorar su propio accionar, reconocen las dinámicas del mercado, pero suelen estar caracterizados porque trabajan en solitario y con grupos base, sin ser parte de otras agrupaciones más allá de las acostumbradas, trabajando sobre su conocimiento propio, experiencia o bien del acceso directo al conocimiento explícito.

$$\text{CORI} * \sim \text{MOSO} \rightarrow \sim \text{CCA} \text{ (5)}$$

Así las cosas, tenemos que son dos los caminos surgidos de las soluciones finales para la ausencia del resultado en ambos sectores (configuración 3 y 5).

Los resultados responden a los supuestos del método QCA. Las soluciones generadas para la ausencia y presencia del resultado de interés cumplen el principio de asimetría y equifinalidad, planteado por [Medina et al. \(2017\)](#), pues las configuraciones que dan cuenta de la CCA difieren de las que explican la \sim CCA, y configuraciones distintas generan un mismo resultado.

Sumado a lo anterior, de los tres modelos que nos arroja el sistema, y que se refieren a las combinaciones para la presencia y ausencia del resultado de creación de conocimiento, tiene una consistencia y representación importante la configuración que combina MOSO* INCO, respecto a las dinámicas de conocimiento en las aglomeraciones, estando representado en 14 casos.

En la [Tabla 2](#) se resumen las configuraciones obtenidas: tres modelos arrojados por el programa que corresponden a las soluciones, resultado de la minimización, en las que, para la presencia de creación, la configuración minimizada es MOSO*INCO \rightarrow CCA (3), y para la ausencia de creación de conocimiento las configuraciones minimizadas son \sim MOSO*INCO $\rightarrow \sim$ CCA (3); CORI* \sim MOSO $\rightarrow \sim$ CCA (5).

Tabla 2. Modelos para la ausencia y presencia de la creación de conocimiento en la proximidad de las agrupaciones informales en los sectores creativos de Cartagena.

Mecanismos de creación de conocimiento	Creación de conocimiento	Ausencia de creación de conocimiento	Ausencia de creación de conocimiento
Movilidad local y socialización (MOSO)	●	○	○
Competencia y rivalidad (CORI)	X	●	X
Colaboraciones e interacción (INCO)	●	X	●
Número de casos	14	4	6
Raw coverage	1.0	0.57	0.85
Unique coverage	1.0	0.14	0.42
Consistency	1.0	1.0	1.0
Solution coverage	1.0	1.0	1.0
Solution consistency	1.0	1.0	1.0

Nota: los círculos negros representan que una condición está presente y los de fondo blanco que está ausente. Las equis, quieren decir que la condición marcada ha sido excluida de la minimización por no ser una condición necesaria para la ocurrencia del resultado.

Fuente: elaboración propia basada en fsQCA 3.0 de www.fsqca.com.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se aceptan las hipótesis que señalan que MOSO e INCO son condiciones necesarias y suficientes para que se de la creación de conocimiento en el contexto, mientras que se rechaza la que sostiene que CORI es una condición necesaria y suficiente para la creación de conocimiento.

Por lo anterior, se puede estimar que en la proximidad hay creación de conocimiento en las agrupaciones informales de los sectores creativos de Cartagena, y que esta puede ocurrir de varias formas, de manera particular cuando hay presencia de la movilización local (MOSO) de personas entre proyectos, y colaboraciones e interacciones (INCO) entre los actores locales y clientes.

Los hallazgos que sostienen que MOSO es una condición necesaria y suficiente para el resultado de creación, van en línea con [Malmberg y Power \(2005\)](#) y [Coe \(2000\)](#), quienes indican que la movilidad local y socialización es un mecanismo importante para que se cree conocimiento en las empresas agrupadas en un espacio geográfico. En cuanto al mecanismo INCO, que en el análisis estándar fue una condición necesaria y suficiente para la creación de conocimiento cuando está acompañada de MOSO, es coincidente con autores como [Isaksen \(2004\)](#) que lo aborda en organizaciones formales de industrias intensivas en conocimiento localizadas, y con [Grabher \(2002\)](#). Ambos sostienen que los vínculos y las interacciones dadas en lugares específicos son significativas cuando se trabaja por proyectos conjuntos donde hay interacciones cara a cara, característico de relaciones informales facilitadas por la proximidad, y derrames de conocimiento tácito que inciden de manera significativa en la creación de conocimiento localizado.

A esto se suman los aportes de [Malmberg y Power \(2005\)](#), que sugieren que los conglomerados son lugares de interacción social que ocurren de manera informal, más que un conjunto de empresas con relaciones interorganizacionales. En el caso de Cartagena, estas interacciones tienden a ser significativas entre los

actores creativos que realizan proyectos conjuntos y sus clientes (formales e informales).

En cuanto a CORI, si bien en Cartagena es posible identificar actividad competitiva que incide en las creaciones en siete casos, siendo una condición suficiente cuando está acompañada de los demás mecanismos, será necesario seguir investigando acerca de los efectos de este mecanismo en las agrupaciones informales, dada la evidencia teórica que infiere los efectos de esta en la innovación. También se precisa de más investigación sobre las interacciones asociadas a la transferencia de tecnología y conocimiento por parte de instituciones de I+D, las cuales son presumiblemente nulas en este análisis en las agrupaciones informales de Cartagena.

A lo anterior se suma que, la ausencia de creación de conocimiento de las agrupaciones informales en el mismo contexto de Cartagena, se presenta en falta de la movilidad local y socialización cuando está acompañada de colaboraciones e interacciones, y, de igual manera, con la competencia y rivalidad.

Las posibles explicaciones para que la creación de conocimiento ocurra cuando hay movilidad local, socialización, interacciones y colaboraciones se fundamenta en el contexto, la naturaleza de la industria y la cercanía que facilita la transferencia de conocimientos tácitos. Para ser parte de proyectos en ambos sectores es necesario acoplarse al contexto, donde es normal que el grupo de actores que trabajan informalmente, se muevan localmente a través de recomendaciones y vínculos de amistad para generar creaciones y acceder a un trabajo. Es de anotar que no siempre tienen una retribución económica al hacer creaciones entre pares, pero sí la ventaja de socializar y adquirir conocimiento del oficio y experiencia entre ellos.

En lo relativo a la prestación de los servicios, la misma dinámica de temporalidad en los trabajos propio de los sectores creativos donde se tienen en cuenta las necesidades específicas de cada cliente, condiciona las

alianzas temporales entre actores del mismo sector, pues están dadas según presupuesto, nivel creativo y necesidades. Crear conocimiento en el contexto, también parece requerir la proximidad, cercanía física, socialización, interacciones que permitan transferencia y conversión de conocimiento para concebir productos y servicios creativos, donde las ideas de las personas y sus habilidades en la ejecución del oficio práctico (donde se usa el cuerpo) son el insumo para complementar la puesta en escena de diferentes proyectos.

Si bien los mecanismos de movilidad local, socialización, interacciones y colaboración son importantes para la creación de conocimiento, la competencia y rivalidad dejó de serlo, quizás porque el objetivo dentro del entorno para algunos informales, al iniciarse en el oficio, está más relacionado con crear que con posicionarse, como podría darse en organizaciones formales que cuentan con más acceso a la información de la competencia (dado que son mapeadas y parte de asociaciones, gremios formales) y a instituciones de apoyo donde obtienen recursos de conocimiento, entre otros. Esto podría implicar también que, gracias al trabajo autónomo e independiente de las agrupaciones informales, no tienen acceso a información importante que permita saber qué y cómo hacen los otros y, por tanto, no emprendan acciones competitivas que incidan en la creación.

4.3. Configuraciones, soluciones y evaluación de resultados de los mecanismos que inciden en la creación de conocimiento

El QCA nos permitió transitar por dos caminos a partir del análisis de 21 casos representados para abordar el estudio de la creación de conocimiento localizado entre informales en el contexto de Cartagena. Cada camino estuvo condicionado por unos factores que tuvieron más incidencia que otros, y con características relacionadas a los tipos de actores y naturaleza del sector.

El primer camino nos indicó que, cuando los informales de los sectores creativos localmente se movilizan, socializan, se colaboran e interactúan y no rivalizan ni compiten, crean conocimiento en la aglomeración, configuración compartida por actores de los sectores audiovisual y musical. El segundo camino nos señala que cuando los informales localmente se movilizan, socializan, se colaboran e interactúan, pero además compiten y rivalizan, crean conocimiento localizado, configuración representada en mayor medida por actores del sector musical.

Dado que la competencia y rivalidad es una condición que difiere en ambas configuraciones para la presencia del resultado, al final dejó de ser una condición suficiente en la solución que incluye la mayoría de los actores. En ese sentido, para la ocurrencia del resultado, la configuración es que *movilidad y socialización y colaboración e interacción* son las condiciones para que la mayoría cree conocimiento en la aglomeración de los informales en Cartagena.

Una configuración similar se obtuvo para la ausencia del resultado, con la salvedad de que en esta la movilidad local y socialización estuvo ausente con la presencia de las colaboraciones e interacciones; lo que nos dice que los bajos niveles de creación de conocimiento son posibles, aunque haya interacciones y colaboraciones cuando exista ausencia de movilidad local y socialización. Los bajos niveles de creación de conocimiento también han estado presentes cuando hay presencia de competencia y rivalidad y ausencia de movilidad local y socialización.

Así pues, configuraciones distintas nos han llevado a tres modelos de condiciones necesarias y suficientes: uno para la presencia y dos para la ausencia. De esta manera, es posible ver el principio de asimetría que nos ofrece el método y, como hay varias rutas tanto para creación de conocimiento como para su ausencia, se evidencia la equifinalidad en nuestro análisis.

Dinamizarse en red a nivel sectorial e intersectorialmente con actores formales e informales, contribuye a la movilidad entre grupos y, como consecuencia, a que se cree conocimiento dada la conversión de conocimientos tácitos en la medida que hay socializaciones con más personas y se generan vínculos de colaboración entre creativos, y entre estos y sus clientes, originando servicios, creaciones, proyectos.

En este proceso que inicia con una idea y termina en un servicio, podrían reconocerse tipos de conocimientos desde un enfoque organizacional, y que fueron propuestos por [Nonaka y Takeuchi \(1999\)](#) en el marco de la creación de conocimiento organizacional que tiene como base el conocimiento tácito vs. el explícito. Concretamente en las agrupaciones informales de la música y audiovisual, en el proceso de preproducción hay un conocimiento armonizado (tácito a tácito) y conceptual (tácito a explícito), donde hay conversaciones, se comparten ideas y se genera un concepto; en la producción uno sistémico u operacional en el que, en la ejecución del oficio, se concretiza la creación y se desarrollan las acciones que darán lugar a la prestación de un servicio (explícito a tácito).

Estos conocimientos son la base del aprendizaje interactivo que ocurre en la red y gracias a las interacciones de los sectores aquí analizados en el contexto de una ciudad como Cartagena.

5. Conclusiones

5.1. Implicaciones teóricas

Desde una perspectiva teórica, los resultados sugieren que la movilidad local y la socialización y la colaboración e interacción son condiciones necesarias y suficientes para la creación de conocimiento. Lo que quiere decir que la creación de conocimiento precisa de asociaciones, vínculos con diversos grupos al ejecutar proyectos, en compañía de acciones recíprocas de cooperación entre actores fuera de las organizaciones y al interior del sector en la ciudad. Sumado a esto, es posible ver que no hay creación de conocimiento

cuando las acciones de reciprocidad y cooperación no se externalizan y están acompañadas de comportamientos de competencia y rivalidad en el sector.

Adicionalmente, esta investigación aporta a la teorización de las aglomeraciones informales y sus dinámicas de conocimiento desde una visión organizacional, en la medida que se determinan los efectos de un conjunto de factores, denominado mecanismos de creación de conocimiento, que da cuenta de las interacciones que subyacen en las relaciones que tienen lugar en las agrupaciones informales localizadas donde se comparten habilidades, conocimientos variados, experiencias e ideas para la realización de proyectos que implican la conversión de conocimiento tácito y explícito.

Los resultados sugieren un aporte a la conceptualización de los procesos conjuntos de creación de productos y servicios creativos en el marco de un contexto informal específico.

5.2. Implicaciones prácticas

En esta investigación se encontró que hay combinaciones de factores en las interacciones de las agrupaciones informales del sector audiovisual y musical que inciden en sus procesos de creación de conocimiento en Cartagena. Este resultado representa una contribución práctica para los sectores creativos, sectores conexos y desarrollo local, dado que se ofrece evidencia de los procesos de creación en las agrupaciones informales que suceden en un entorno no formal, y de los cuales hay poca información, a pesar de que estas dinámicas apalancan parte de la economía local.

Se evidencia que las agrupaciones creativas no se mueven en solitario, sino que hay un vínculo estrecho para la creación con otros actores (proveedores, clientes, socios). En consecuencia, son probables los derrames de conocimiento a través de las interacciones que inciden en la creatividad y el surgimiento de nuevas ideas y que, posiblemente, afianzan los procesos de innovación en organizaciones locales formales y no formales.

Los hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer y reconocer los procesos de creación en las agrupaciones informales de sectores intensivos en conocimiento en Cartagena, debido a que son una ventana para minimizar los costos de acceso a información y conocimiento en ambos sectores; también a centrar la atención en la importancia de las interrelaciones entre diversos actores para la concepción de creaciones y servicios. Apuntan a la necesidad de fortalecer redes y comunidades epistémicas locales que ayuden a afianzar los procesos de creación, lo que no redundaría en los análisis del desarrollo local, dada la potencialidad y las ventajas surgidas de la localización de los grupos de actores creativos en un contexto cultural e histórico que influye en las competencias del talento humano y su especialización.

5.3. Limitaciones y futuras investigaciones

Esta investigación cuenta con limitaciones que podrían ser atendidas en futuros estudios. La primera de ellas tiene que ver con el uso de mecanismos de creación de conocimiento que han sido extrapolados del estudio de organizaciones de tipo formal. En este sentido, sería necesario identificar si existen otros mecanismos específicos que apliquen a organizaciones y aglomeraciones informales y que no hayan sido tenidos en cuenta en este análisis.

Ampliar las mediciones en cuanto a los mecanismos encausados en esta investigación y aplicados a otros contextos, podría permitir seguir explorando las dimensiones del conocimiento que subyacen a los mecanismos necesarios y suficientes para las creaciones de las agrupaciones informales en todos los sectores de conocimiento.

Adicionalmente, podría ser útil usar otras metodologías que permitan extrapolar los hallazgos ya que, dada la heterogeneidad de las industrias creativas, deben seguirse validando los factores que inciden en las creaciones de las agrupaciones informales en los distintos sectores de la economía creativa.

Finalmente, este estudio puede dar paso a investigaciones subsiguientes que indaguen sobre la relación entre las dinámicas del conocimiento y la ruta a la formalización normativa en los sectores creativos, como insumo para trazar lineamientos que motiven a la formalización de las relaciones laborales donde se obtengan beneficios en doble vía, es decir, quien los ofrece y quienes los demandan.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Referencias

- Adcock, R. y Collier, D. (2001). Measurement validity: A shared standard for qualitative and quantitative research. *American Political Science Review*, 95(3), 529-546. <https://doi.org/10.1017/S0003055401003100>
- Alegre, J., Sengupta, K. y Lapiedra, R. (2013). Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry. *International Small Business Journal*, 31(4), 454-470. <https://doi.org/10.1177/0266242611417472>
- Al-Mataani, R., Wainwright, T. y Demirel, P. (2017). Hidden Entrepreneurs: Informal Practices within the Formal Economy. *European Management Review*, 14(4), 361-376. <https://doi.org/10.1111/emre.12115>
- Angel, D. (2002). Inter-firm collaboration and technology development partnerships within US manufacturing industries. *Regional Studies*, 36(4), 333-344. <https://doi.org/10.1080/00343400220131115>
- Bakker, R. M., Cambré, B., Korlaar, L. y Raab, J. (2011). Managing the project learning paradox: A set-theoretic approach toward project knowledge transfer. *International Journal of Project Management*, 29(5), 494-503. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2010.06.002>

- Basole, A. (2014). The informal sector from a knowledge perspective. *Yojana*, 58(April), 8-13. https://cse.azimpremjiuniversity.edu.in/wp-content/uploads/2019/08/Basole_Yojana_Article-205ka80.pdf
- Becattini, G. (1989). Riflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico. *Stato e Mercato*, 25(1), 111-128. <http://www.jstor.org/stable/24650136>
- Boari, C., Odorici, V. y Zamarian, M. (2003). Clusters and rivalry: Does localization really matter? *Scandinavian Journal of Management*, 19(4), 467-489. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(03\)00035-6](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(03)00035-6)
- Brown, R. (2000). Clusters, supply chains and local embeddedness in Fyrstad. *European Urban and Regional Studies*, 7(4), 291-305. <https://doi.org/10.1177/096977640000700401>
- Camisón, C. y Forés, B. (2011). Knowledge creation and absorptive capacity: The effect of intra-district shared competences. *Scandinavian Journal of Management*, 27(1), 66-86. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2010.11.006>
- Chhair, S. y Newman, C. (2014). Clustering, competition, and spillover effects: Evidence from Cambodia. *WIDER Working Papers*, 065(March), 1-25. <https://www.econstor.eu/handle/10419/96331>
- Chung, Y. (2012). *Ethnic networks and technical knowledge learning in industrial clusters*. JICA Research Institute. https://www.jica.go.jp/Resource/jica-ri/publication/workingpaper/jrft3q00000023wn-att/JICA-RI_WP_No.37_2012_2.pdf
- Coe, N. M. (2000). The view from out West: Embeddedness, inter-personal relations and the development of an indigenous film industry in Vancouver. *Geoforum*, 31(4), 391-407. [https://doi.org/10.1016/S0016-7185\(00\)00005-1](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(00)00005-1)
- Coll-Martínez, E., Moreno-Monroy, A. y Arauzo-Carod, J. M. (2017). Agglomeration of creative industries: An intra-metropolitan analysis for Barcelona. *Papers in Regional Science*, 98(1). <https://doi.org/10.1111/pirs.12330>
- Dahl, M. y Oe, A. (2002). Embedded knowledge flows through labor mobility in regional clusters in Denmark. *DRIUD Summer Conference on "Industrial Dynamics"*, June, 1-23.
- Davenport, T. y Prusak, Laurence. (1998). Working knowledge: how organizations manage what they know. *Harvard Business School Press*, 35(09). <https://doi.org/10.1145/348772.348775>
- De-Miguel Molina, B., Hervás-Oliver, J. L. y Boix Domenech, R. (2019). Understanding innovation in creative industries: knowledge bases and innovation performance in art restoration organisations. *Innovation: Organization and Management*, 21(3), 421-442. <https://doi.org/10.1080/14479338.2018.1562300>
- Deutsch, M. (1949). A theory of cooperation and competition. *Human relations*, 2(2), 129-152. <https://doi.org/10.1177/001872674900200204>
- Dodgson, M. (1993). Learning, Trust, and Technological Collaboration. *Human relations*, 46(1), 77-94. <https://doi.org/10.1177/001872679304600106>
- Duranton, G. y Puga, D. (2004). Micro-foundations of urban agglomeration economies. En *Handbook of Regional and Urban Economics - Cities and Geography* (pp. 2064-2111).
- Fiss, P. C. (2011). Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organization research. *Academy of Management Journal*, 54(2), 393-420. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2011.60263120>
- Fujita, M. y Krugman, P. (2004). The new economic geography: Past, present and the future. *Papers in Regional Science*, 83(1), 139-164. <https://doi.org/10.1007/s10110-003-0180-0>
- Fujita, M., Krugman, P. y Venables, A. J. (1999). The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade. *Southern Economic Journal*, 67(2), 491-493. <https://doi.org/10.2307/1061487>
- Galvis, Luis A., Rodríguez, G. y Ovallos, S. (2021). Calidad de vida laboral en Cartagena, Barranquilla y Santa Marta. *Cuadernos de Economía*, 40(82), 307-339. <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v40n82.81233>
- García, G. (2016). Agglomeration Economies in the Presence of an Informal Sector. The Colombian Case. *Documentos CEDE*, 15, 31. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2782535
- Grabher, G. (2002). Cool projects, boring institutions: Temporary collaboration in social context. *Regional Studies*, 36(3), 205-214. <https://doi.org/10.1080/00343400220122025>
- Harris, J. (2014). The messy reality of agglomeration economies in urban informality: Evidence from Nairobi's handicraft industry. *World Development*, 61, 102-113. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.04.001>
- ILO, UNICEF. (2021). *Family-friendly policies for workers in the informal economy*. <https://www.unicef.org/reports/family-friendly-policies-workers-informal-economy>
- Isaksen, A. (2004). Knowledge-based Clusters and Urban Location: The Clustering of Software Consultancy in Oslo. *Urban Studies*, 41(5-6), 1157-1174. <https://doi.org/10.1080/00420980410001675797>
- Lais, A. (2021). *Políticas para enfrentar los desafíos de las antiguas y nuevas formas de informalidad en América Latina*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://repositorio.cepal.org/items/bfe32351-aae8-4a4b-81f4-326df236a8f6>
- Malmberg, A. y Maskell, P. (2002). The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering. *Environment and Planning*, 34, 429-449. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1068/a3457>
- Malmberg, A. y Power, D. (2005). (How) Do (Firms in) Clusters Create Knowledge? *Industry and Innovation*, 12(4), 409-431. <https://doi.org/10.1080/13662710500381583>
- Marco-Lajara, B., Claver-Cortés, E., Úbeda-García, M., García-Lillo, F. y Zaragoza-Sáez, P. C. (2019). The role of internal knowledge generation and external knowledge acquisition in tourist districts. *Journal of Business Research*, 101(June 2018), 767-776. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.045>
- Marx, A., Cambre, B. y Rihoux, B. (2013). CRISP-SET Qualitative Comparative Analysis in organizational studies. En P. C. Fiss, B. Cambre y A. Marx (eds.), *Research in the Sociology of Organizations* (pp. 23-47). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S0733-558X\(2013\)0000038006](https://doi.org/10.1108/S0733-558X(2013)0000038006)
- McCormick, D. (1999). African enterprise clusters and industrialization: theory and reality. *World Development*, 27(9), 1531-1551. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(99\)00074-1](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00074-1)
- Meagher, K. (2007). Manufacturing disorder: Liberalization, informal enterprise and economic "ungovernance" in African small firm clusters. *Development and Change*, 38(3), 473-503. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7660.2007.00420.x>
- Medina, I., Castillo, P. J., Álamos-Concha, P. y Rihoux, B. (2017). *Análisis Cualitativo Comparado* (QCA). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Medlin, C. J. y Ellegaard, C. (2015). Conceptualizing competition and rivalry in a networking business market. *Industrial Marketing Management*, 51, 131-140. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.05.009>
- Moreno-Monroy, A. I. y Cruz, G. A. G. (2015). Intra-Metropolitan Agglomeration of Formal and Informal Manufacturing Activity: Evidence from Cali, Colombia. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, Royal Dutch Geographical Society KNAG*, 107(4), 389-406. <https://doi.org/10.1111/tesg.12163>
- Mukim, M. (2015). Coagglomeration of formal and informal industry: Evidence from India. *Journal of Economic Geography*, 15(2), 329-351. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbu020>
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. Oxford University Press.
- Ottaviano, G. I. P. y Puga, D. (1998). Agglomeration in the Global Economy: A Survey of the "New Economic Geography". *The World Economy*, 21(6), 707-731. <https://doi.org/10.1111/1467-9701.00160>
- Parente, T. C. y Federo, R. (2019). Qualitative comparative analysis: justifying a neo-configurational approach in management research. *RAUSP Management Journal*, 54(4), 399-412. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-05-2019-0089>
- Paxton, P. (2000). Women's suffrage in the measurement of democracy: Problems of operationalization. *Studies in Comparative International Development*, 35(3), 92-111. <https://doi.org/10.1007/BF02699767>
- Porter, M. E. (1996). Competitive Advantage, Agglomeration Economies, and Regional Policy. *International Regional Science Review*, 19(1-2), 85-90. <https://doi.org/10.1177/016001769601900208>

- Porter, M. E. (1998a). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard business review*, 76, 77-90.
<https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>
- Porter, M. E. (1998b). *The competitive advantage of nations: with a new introduction*. Palgrave Macmillan.
- Porter, M. E. (2000). Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15-34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>
- Ragin, C. C. (2017). *User's Guide to Fuzzy-Set / Qualitative Comparative Analysis*. Universidad de California.
<https://sites.socsci.uci.edu/~cragin/fsQCA/download/fsQCAManual.pdf>
- Rihoux, B. y Meur, G. De. (2012). Crisp-Set Qualitative Comparative Analysis (csQCA). En B. Rihoux y Ch. Ragin (eds.), *Configurational Comparative Methods: Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques* (pp. 33-68). <https://doi.org/10.4135/9781452226569.n3>
- Rodríguez-Pose, A. y Refolo, M. C. (2003). The link between local production systems and public and university research in Italy. *Environment and Planning A*, 35(8), 1477-1492.
<https://doi.org/10.1068/a35297>
- Rosenkopf, L. y Almeida, P. (2003). Overcoming local search through alliances and mobility. *Management Science*, 49(6), 751-766.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.49.6.751.16026>
- Saha, S. (2016). An Affirmative Specification to Informal Industrial Relations in West Bengal – Following Marshall to Krugman. *The International Journal of Business & Management*, 4(2), 178-183.
<https://www.internationaljournalcorner.com/index.php/theijbm/article/view/126198/87136>
- Singh, B. (2017). Concept of Frugality and Informal Sector Innovations in the Context of Local Development. *Proceedings of International Conference on Strategies in Volatile and Uncertain Environment for Emerging Markets* (pp. 573-579). CONAL.
- Sonobe, T., Akoten, J. E. y Otsuka, K. (2011). The growth process of informal enterprises in sub-Saharan Africa: a case study of a metalworking cluster in Nairobi. *Small Business Economics*, 36(3), 323-335. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9222-6>
- Zhang, J. (2003). Growing Silicon Valley on a landscape: an agent-based approach to high-tech industrial clusters. *Evol. Econ.* 13, 529-548.
<https://doi.org/10.1007/s00191-003-0178-4>



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21282737003>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Málory Julio Herrera, Patricia Márquez-Rodríguez

**Efecto de mecanismos de creación de conocimiento en
agrupaciones informales de sectores creativos y
culturales**

**Effects of knowledge creation mechanisms on creative
and cultural sector informal groups**

**Efeito dos mecanismos de criação de conhecimento em
grupos informais dos setores criativos e culturais**

Estudios Gerenciales

vol. 39, núm. 169, p. 435 - 452, 2023

Universidad Icesi,

ISSN: 0123-5923

DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.169.5927>