

**LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA:  
CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA Y DESEMPEÑO PRODUCTIVO  
(2000 - 2009).**

**JENNY MARISELA GUERRA RIZO**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
2010**

**LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA:  
CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA Y DESEMPEÑO PRODUCTIVO  
(2000 - 2009).**

**JENNY MARISELA GUERRA RIZO**

**Proyecto de investigación como opción de grado para optar a título de  
profesional en Economía**

**DIRECTOR  
RAFAEL GARCÍA LUNA**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ECONOMÍA  
2010**

Nota de Aceptación

-----  
-----  
-----

\_\_\_\_\_  
Director: RAFAEL GARCIA LUNA

\_\_\_\_\_  
Jurado: JAVIER JIMENEZ SALGAR

\_\_\_\_\_  
Jurado: JORGE ENRIQUE ELIAS CARO

## **DEDICATORIA**

*Si el Señor no construye la casa en vano trabajan los albañiles.*

*Este maravilloso logro de mi vida se lo dedico con todo mi amor a Dios por haber hecho realidad este sueño, y por brindarme de su sabiduría, su amor y fortaleza, por estar a mi lado en las momentos más difíciles de este camino, por haber construido el sendero que hoy me ha permitido tener este triunfo.*

*Además las personas más importantes de mi vida a mis padres, hermanas, abuela, mis tíos y primos porque cada uno de ellos me brindó su apoyo y cariño para seguir adelante.*

*Jenny Marisela Guerra Rizo*

## **AGRADECIMIENTOS**

Mis más grandes agradecimientos a:

Dios y mis padres, por permitirme conseguir este triunfo.

Rafael García Luna, director de la tesis de grado, con sus aportes y pautas le dio sentido a este trabajo, fortaleciendo mi formación, tanto profesional como personal.

Carol Paola Guerra Rizo, Especialista en formulación y evaluación de proyectos públicos y privado, brindo asesoría, orientación y apoyo

## INDICE

	PAG
RESUMEN	1
<b>0. PRESENTACIÒN</b>	<b>3</b>
<b>1. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>5</b>
1.1 REVISIÒN LITERARIA	5
1.2 ANTECEDENTES LEGALES	10
<b>2. ANALISIS DEL SECTOR ARTESANAL DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA</b>	<b>13</b>
<b>2.1 PERFIL DE LOS ARTESANOS DE SANTA MARTA</b>	<b>13</b>
2.1.1 Características del género de los microempresarios artesanales	13
2.1.2 Análisis del género de los microempresarios según datos cámara de comercio	15
2.1.3 Análisis de la edad de los empresarios artesanales.	16
2.1.4 Análisis del estado civil	17
2.1.4. Análisis del nivel de educación.	19
<b>2.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANALES</b>	<b>21</b>
2.2.1 Tipo de organización	21
2.2.2. Actividades desarrolladas por los microempresarios	23
2.2.3. Experiencia en el desempeño de la actividad	24
2.2.4 Análisis de la localización de la empresa	25
2.2.5 Nivel de formalidad	27
<b>2.3. DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS ARTESANALES</b>	<b>29</b>

2.3.1 Crecimiento del sector en ventas y en número de microempresas	30
2.3.2. Crecimiento del sector a través de inversión e ingresos	32
2.3.3. Crecimiento del sector determinado a través de los activos de las microempresas artesanales constituidas	33
<b>2.4. PRODUCTIVIDAD</b>	<b>34</b>
2.4.1. Crecimiento y productividad	34
2.4.2. Artesanías producidas y comercializadas	36
2.4.3 Materiales utilizados por las microempresas artesanales	38
<b>2.5. TECNOLOGIA</b>	<b>39</b>
<b>2.6. ACCESO A MICROCRÉDITOS</b>	<b>40</b>
<b>2.7. IMPUESTOS DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR ARTESANAL</b>	<b>41</b>
<b>2.8 UTILIZACIÓN DEL FACTOR TRABAJO</b>	<b>42</b>
2.8.1. Empleos generados por la microempresas artesanales constituidas	44
<b>2.9 TURISMO Y ARTESANÍAS</b>	<b>46</b>
<b>2.10 ANÁLISIS ECONOMÉTRICO</b>	<b>49</b>
<b>3. CONCLUSIONES</b>	<b>54</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>64</b>

## GRAFICOS

	PAG
Grafico 1. Distribución por género de empresarios artesanales de Santa Marta encuestados.	13
Grafico 2. Diferenciación de género respecto al año de ingreso de la actividad artesanal	14
Grafico 3 Género de los microempresarios del sector artesanal registrados en cámara de comercio 2000 -2009	15
Grafica 4.Género de artesanos por año de registrados en Cámara de Comercio	16
GRAFICO 5. Rango de Edades de microempresarios del sector artesanal Encuestados	16
Grafico 6. Rango de Edades de empresarios de	18
Grafico 7. Estado Civil de los microempresarios artesanales de Santa Marta	18
Grafico 8. Distribución de los microempresarios del sector artesanal según su estado civil	19
Grafico 9 Nivel de educación de los microempresarios del sector artesanal de Santa Marta	20
Grafico 10. Porcentaje de microempresarios del sector artesanal según su nivel de educación por periodos 2000- 2009	21
Grafico 11 Porcentaje de microempresarios artesanales encuestados que hablan inglés	22
Grafica 12 Tipo de organización del sector artesanal	23
Grafica 13. Porcentaje de artesanos según su actividad relacionado con el año de ingreso al sector	23
Grafica 14. Actividades de las microempresas del sector artesanal	24
Grafico 15. Actividad del sector relacionado con su año de ingreso a la actividad	25
Grafica 16 Descripción del tiempo de experiencia en el desempeño de la actividad artesanal	25
Grafica 17 Tiempo, registro de las microempresas artesanales en Santa Marta 2000-2009	25



Grafica 18 Localización de la actividad artesanal en santa Marta	26
Grafico 19. Microempresas artesanales encuestadas con o sin cámara de comercio	27
Grafico 20 Empresas registradas en cámara de comercio 2000- 2009	28
Grafico 21 Porcentaje de empresas establecidas que han formalizado su actividad en Colombia	28
Grafico 22 Porcentaje de microempresarios del sector que han renovado su matrícula	29
Grafico 23 crecimiento del sector artesanal en número y en ventas	30
Grafico 24 Crecimiento del sector en número microempresas 2000-2009	31
Grafica 25 Crecimiento del sector en ventas microempresas 2000-2009	32
Grafico 26 Inversión de los microempresarios artesanales por temporada	33
Grafico 27. Ingresos por ventas en temporada	33
Grafica 28 Total de activos de las microempresas artesanales legalmente constituidas	34
Grafico 29 Incremento de las ventas del 2000 al 2009	35
Grafico 30 Mejor año en ventas del sector artesanal	35
Grafico 31 Llegadas de cruceros turísticos a Santa Marta	35
Grafica 32 registros de ventas y producción	36
Grafica 33 Porcentaje de artículos que venden la microempresas artesanales	37
Grafico 34 Porcentajes de Materiales utilizado por los microempresarios del sector artesanal	39
Grafico 35 Técnicas utilizada para elaborar las artesanías 2000-2009	40
Gráficos 36. Acceso a Micro créditos o programas de Apoyo	41
Grafico 37. Entidades a las que accedieron a créditos 2000-2009	41
Grafico 38 Aportes por impuestos del sector artesanal.	42
Grafico 39 Empleos generados en el sector artesanal anualmente	43
Grafico 40 Rango de salarios y Frecuencias de pagos de los salarios de los microempresarios del sector artesanal	43
Grafico 41. Valor de pagos por mes a los empleados del sector artesanal	44
Grafico 42. Microempresas constituidas que generan empleo	45
Grafico 43 Generación de empleos según su año de registro	45

Grafico 44 Mejor mes en ventas para las microempresas artesanales	46
Grafico 45 Peor mes por ventas para las microempresas artesanales	48
Grafico 46 Influencia de los turistas en las ventas del sector	48
Grafico 47 Porcentaje del incremento de las ventas y mejor año por turismo	49
Grafico.48 Modelo	51

## TABLAS

	<b>PAG</b>
TABLA 1. Lista de artículos artesanales	37
TABLA. 2 Lista de Materiales	38
TABLA 3Técnicas utilizada para elaborar las artesanías 2000-2009	40
TABLA.4. Modelo	51

## ANEXOS

	PAG
ANEXOS A. FORMATO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR ARTESANAL DE SANTA MARTA	62
ANEXOS B. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA PRESIDENTE DE ASOBAMSAMA	64
ANEXO C. TABULACIÓN DE LOS DATOS RECOLECTADOS EN LA INVESTIGACIÓN Y FOTOGRAFÍAS	66
TABLA 1. Género de los microempresarios encuestados	66
TABLA 2. Diferenciación de género respecto a los ingresos de la actividad artesanal	66
TABLA 3. Género de los microempresarios del sector artesanal registrados en cámara de comercio 2000 -2009	67
TABLA 4. Género de artesanos por año de registrados en Cámara de Comercio	67
TABLA. 5. Rango de edades de microempresarios del sector artesanal encuestados	68
TABLA 6. Estado civil de los microempresarios artesanales de Santa Marta	68
TABLA 7. Distribución de los microempresarios del sector artesanal según su estado civil	69
TABLA 8 Nivel de educación de los microempresarios del sector artesanal de Santa Marta	69
TABLA 9. Porcentaje de microempresarios del sector artesanal según su nivel de educación 2000- 2009	70
Tabla 10. Porcentaje de microempresarios artesanales encuestados que hablan inglés	70
Tabla 11. Tipo de organización del sector artesanal	71
TABLA 12 Porcentaje de artesanos según su actividad relacionado con el año de ingreso al sector	71
TABLA 13 Actividades de las microempresas del sector artesanal	72

TABLA 14 Actividad del sector relacionado con su año de ingreso a la actividad	72
TABLA 15 Tiempo de realizar la actividad artesanal	73
TABLA 16 Tiempo, registro de las microempresas artesanales en Santa Marta 2000-2000	73
TABLA 17 Lugar en donde se desarrollo de la actividad	74
TABLA 18 Microempresas artesanales encuestadas con o sin cámara de comercio	74
TABLA 19. Empresas registradas en cámara de comercio 2000- 2009	75
Tabla. 20 Porcentaje de microempresarios del sector que han renovado su matricula	75
TABLA. 21 Crecimiento del sector artesanal en número y en ventas	76
TABLA 22 Crecimiento del sector en número microempresas 2000-2009	76
Tabla 23 Crecimiento del sector en ventas microempresas 2000-2009	77
Tabla 24 Crecimiento por microempresas registradas 2000- 2009	77
TABLA 25 Inversión de los microempresarios artesanales por temporada	78
TABLA 26 Ingresos de los microempresarios artesanales por temporada	79
TABLA 27 Total de activos de las microempresas artesanales legalmente constituidas	79
TABLA 28 Listado de activos de las microempresas artesanales legalmente constituidas	80
TABLA 29 Incremento de las ventas del 2000 al 2009	82
TABLA 30 Porcentaje establecido por el numero de encuestados del incremento en ventas 2000-2009	82
TABLA 31 Porcentaje establecido por el numero de encuestados de la disminución en ventas 2000-2009	83
TABLA 32 registros de ventas y producción	84
TABLA 33 Porcentaje de artículos que venden la microempresas artesanales	84
TABLA 34. Porcentajes de Materiales utilizado por los microempresarios del sector artesanal	85
TABLA 35. Escasez de Materia prima	86
TABLA 36. Oficios de las microempresa artesanales legalizadas	86
TABLA37 Técnicas utilizada para elaborar las artesanías 2000-2009	90
TABLA 38 Acceso a Micro créditos o programas de Apoyo	90

TABLA 39. Entidades a las que accedieron a créditos 2000-2009	90
TABLA 40 Microempresas artesanales que pagan IVA.	90
TABLA 41 Microempresas artesanales que cobran IVA. a sus clientes	90
TABLA 42 Empleos generados en el sector artesanal anualmente	90
TABLA 43 Rango de salarios pagados por los microempresarios artesanales	90
TABLA. 44 Valor de pagos por mes a los empleados del sector artesanal	91
TABLA 45 constituidas que generan empleo	91
TABLA 46. Microempresas constituidas que generan empleo	91
TABLA 47 Mejor mes en ventas para las microempresas artesanales	92
TABLA48 Peor mes por ventas para las microempresa artesanales	92
TABLA 49 Influencia de los turistas en la ventas del sector	93
TABLA 50, Porcentaje del incremento en las ventas por llegadas de turistas	93
TABLA 51 mejores años por venta gracias a la llegada de los turístico	94
TABLA 52 Peor mes por ventas para las microempresa artesanales	94
TABLA 53 Influencia de los turistas en la ventas del sector	95
TABLA 54, Porcentaje del incremento en las ventas por llegadas de turistas	95
TABLA 55 mejores años por venta gracias a la llegada de los turistas	96
<b>FOTOGRAFIAS</b>	97
ANEXO D. DISEÑO METODOLOGICO	98
ANEXO E. COMPROBACIÓN DE LOS SUPUESTOS DEL MODELO ECONOMETRICOS	101

## **RESUMEN**

### **LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA: CARACTERIZACIÓN SOCIO ECONÓMICA Y DESEMPEÑO PRODUCTIVO (2000 - 2009).**

El presente trabajo hace un análisis de las microempresas artesanales en la ciudad de Santa Marta del 2000 al 2009, a través de una caracterización socio económica de este sector identificando como ha sido el crecimiento de estas microempresas, su productividad, las implementaciones tecnológicas, su acceso a microcréditos, los aportes a la base presupuestal del Distrito, así mismo la utilización del factor trabajo y la influencia del turismo en esta actividad. Todo está a través de una metodología analítica descriptiva y un modelo econométrico; lo permitió tener, una perspectiva más clara de este sector e identificar la gran importancia que tiene por su connotación tradicional, cultural e histórica y establecer que el sector manejado con estándares de crecimiento, capacitación y reconocimiento brindara bases sólidas para el desarrollo productivo de la ciudad.

Palabras claves: Sector artesanal, crecimiento, productividad, microcréditos, demanda laboral, turismo

## **ABSTRACT**

### **MICRO CRAFT BUSINESSES IN THE CITY OF SANTA MARTA: SOCIO ECONOMIC CHARACTERISTICS AND PRODUCTIVE PERFORMANCE (2000-2009)**

This paper makes an analysis of micro-craft in the city of Santa Marta from 2000 to 2009, through socio-economic characterization of this sector has been identified as the growth of these micro-enterprise, productivity, technology implementations, access to microcredit, contributions to the base budget of the District, likewise the use of labor and the influence of tourism in this activity. Everything is through a descriptive and analytical methodology an econometric model, it allowed to have a clearer view of this sector and identify the critical importance of its traditional connotations, cultural and historical setting the industry standards driven growth , training and recognition consolidate bases provide for the productive development of the city.

Keywords:

Artisanal sector, growth, productivity, micro-credit, labor demand, tourism

## 0. PRESENTACIÓN

La artesanía se constituye en un renglón primordial del sector productivo colombiano, siendo además una manifestación fundamental de la vida cotidiana del país, que es simultáneamente contemporánea y portadora de saberes tradicionales, historia, mestizaje e identidad cultural así como lo expresa Hernández (2010). Por ende las microempresas artesanales ocupan un puesto importante en la economía nacional y en las economías locales no siendo Santa Marta la excepción; es el sector artesanal uno de los elementos preponderantes dentro de la cadena que consolida el producto turístico de Santa Marta, el cual realiza un aporte significativo al Distrito, en el marco del desarrollo turístico, industrial y comercial.

Es necesario tener en cuenta, que a pesar de que las microempresas tienen una participación del 95,6% dentro las empresas colombianas; para el caso del sector artesanal en particular, tal como lo plantea Galán (2007), se identifica la ausencia de oportunidades y estímulo para integrar a los artesanos a sistemas productivos y comerciales permanentes, así como la formulación de políticas públicas continuas y de largo plazo hacia el sector, que permitan fortalecer o fomentar programas sistemáticos y permanentes para su desarrollo.

Sumado a lo anterior, pese a los esfuerzos del gobierno Nacional y específicamente en la Ciudad de Santa Marta, se hace evidente la inexistencia de una base de datos sólida y actualizada que permita medir la evolución de las microempresas, en especial, las del sector artesanal debido principalmente a la informalidad que caracteriza la actividad, el cual es un hecho que incide en la economía del Distrito.

Esta investigación plantea el punto de partida para el análisis y evaluación de un sector tan importante como es el artesanal, el cual se considera como uno de los sectores de mayor proyección internacional, debido a virtudes tales como, ser un producto representativo de la cultura colombiana y determinado no solo por la agregación del



valor cultural si no por su calidad, grado de innovación y diferenciación, que genera ingresos que se convierten en una oportunidad clave para el progreso de Santa Marta. Además, el presente estudio pretende ser base para la realización de críticas analíticas, que permitan plantear estrategias de desarrollo para el sector.

El propósito de esta investigación es analizar cómo ha sido el desempeño de las microempresas artesanales en cuanto a su productividad, utilización de mano de obra, organización, legalización y pago de impuestos y en general su papel frente al desarrollo productivo de la ciudad durante el periodo 2000 al 2009. En ese orden de ideas se analiza el desempeño productivo, estableciendo cuales son las variables determinantes de la productividad del conjunto empresarial en la ciudad y analizando las oportunidades de acceso al crédito de las empresas que constituyen el sector, se describe el impacto en el empleo, del aporte en impuestos y se establece la variación de ventas que ha tenido el sector artesanal en las temporadas turísticas en el periodo de estudio.

Este documento se encuentra estructurado en dos secciones, la primera contiene el marco de referencia del proyecto donde se plantea una revisión literaria la que se apoya el estudio y a su vez se establece una matriz resumen de leyes, documentos y decretos relacionados con las microempresas artesanales en Colombia; la segunda parte refleja los resultados de la investigación, la cuarta parte las conclusiones y las recomendaciones.

El presente estudio es un esfuerzo preliminar para el impulso de un análisis mas profundo acerca de un sector como el artesanal, que puede convertirse en una interesante alternativa de empleo, dada su importancia en la cadena turística y de establecerse como componente en el desarrollo productivo de la ciudad.

## 1. MARCO REFERENCIAL

### 1.1 revisión literaria

Coraggio (1994) sostiene que la Economía Popular, limitándose en el análisis a América Latina, está constituida por "unidades domesticas de trabajadores que dependen principalmente del ejercicio de su trabajo para lograr su reproducción biológica y cultural, teniendo como objetivo último la reproducción ampliada de la vida de sus miembros". Sin embargo no se puede homologar totalmente las unidades domesticas de producción a la Microempresa.

La microempresa es entendida según la ley 905<sup>1</sup> de 2004, como aquella unidad de producción con un máximo de 10 trabajadores empleados y hasta 500 salarios mínimos de capital; se desempeñó hasta la década de los ochenta del siglo pasado en sectores tradicionales de la producción manufacturera (confecciones, calzado, marroquinería, cerrajería, carpintería, artes gráficas, artesanías), del comercio (tienda de barrio, comercio callejero) y de servicios (servicios personales, apoyo a la producción y al comercio formal).

Delgado y Parra (2008) identifica que el sector de la Mipymes (Micro, Pequeña y Mediana empresa) ha sido ampliamente reconocido, en la economía de los países de América Latina, en términos de la generación de empleo, desarrollo sectorial y regional. De allí el interés de los diversos gobiernos en la formulación de políticas, programas y diversas acciones dirigidas a este sector.

---

<sup>1</sup> Según el Artículo 2º de la ley 905: *La pequeña empresa cuenta con una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores; activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes. La microempresa cuenta con una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores; activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.*

Domínguez (2008), expresa que las organizaciones de base microempresarial son definidas como entidades de menores recursos económicos, aquellas que tienen hasta 5 empleados o la constituida por cuenta propia (sean empresas familiares o no) cuyo principal capital suele ser su historia de trabajo, que en general participan de la economía informal, tienen baja productividad, escasa utilización de tecnología, presentan deficiencias en la etapa de mercadeo y logran un escaso o nulo grado de capitalización por sus propios medios.

Al ampliar el concepto de la base microempresarial, es decir aquellas organizaciones de la sociedad que representan al sector de menores recursos económicos, y que persiguen objetivos tendientes a contribuir a su desarrollo, fortaleciendo la capacidad de planificación, gestión, obtención de logros y auto evaluación; se puede hacer énfasis en su injerencia, las cuales nacen ante la necesidad de sobrevivir en una realidad económica adversa, plagada de obstáculos que se manifiestan en grados altos de exclusión (del mercado, del crédito, de los servicios, de la capacitación, etc.).

Tal contexto obliga a los microempresarios a buscar soluciones a partir de estrategias colectivas en muchos casos, principalmente en áreas rurales, a través de organizaciones despliegan una actividad en doble frente: hacia sus asociados brindándoles servicios y en representación de los intereses del sector en general actividad gremial. Las organizaciones aparecen fundamentalmente como estrategia de crecimiento, abriendo canales de comercialización, aumentando la capacidad de negociación en el mercado, asistiendo técnicamente a los socios, gestionando leyes o políticas de apoyo ante el Estado o haciendo visible al sector frente a la sociedad.

De lo anterior se desprende que la organización aparece ligada, por un lado a un sentido utilitario, de beneficio directo para la Microempresa que busca realizar su producción en el mercado. Pero a su vez surge como capacidad de interacción frente a otros actores, participando de esta manera en la misma definición de ciertos mecanismos de orientación del mercado.

Las organizaciones de base constituyen una realidad cambiante y sensible a las condiciones económicas de los asociados. Están expuestas en mayor medida que otros actores sociales, su caída puede ser definitiva e inesperada. Esto acentúa la imposibilidad de planificar a mediano y largo plazo, y de instalarse en un escenario de negociación y permanecer el tiempo suficiente como para desarrollar estrategias en pos de sus objetivos.

Cabe aclarar que la presente investigación no está enmarcada de manera rígida dentro de las microempresas en general, sino, dentro de este universo, en las que pertenecen al sector artesanal, y como se da su desempeño así, como la importancia que cobran estas para una ciudad con vocación turística como Santa Marta. En este sentido, Aguilera y Bernal (2006), exponen que el turismo se ha constituido en un sector estratégico de desarrollo, su crecimiento en los últimos años valida esta tendencia. En el caso colombiano, el Caribe históricamente se ha caracterizado por ser la región con mayor vocación turística del país, destacándose los casos de Cartagena, San Andrés y Santa Marta.

Es por esto que, *“La dinámica global, permite identificar en los sectores del turismo y artesanías, desafíos y oportunidades comunes; las artesanías reviven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir con ello; como los que ofrecen el turismo; de otra parte el turismo haya una posibilidad de diversificación a través del aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural que se preserva en el oficio artesanal”*.(Ministerio de Comercio Industria y turismo viceministerio de turismo y Artesanías de Colombia; 2009).

No obstante (Puil, 2003) sustenta que la artesanía es una de las vías que tienen los pueblos para contar su historia y mostrar su creatividad. Es una actividad creativa enraizada en la identidad propia de cada pueblo, capaz de movilizar los valores más auténticos de las comunidades para enfrentar los efectos de la pobreza y la exclusión social. Es una auténtica y genuina manifestación cultural.

La definición de una política nacional de artesanía dirigida a propiciar el desarrollo de un fuerte, variado y calificado sector artesanal que pueda cubrir la demanda local y al mismo tiempo exportar, crearía un importante espacio generador de divisas que ayudaría al equilibrio de la balanza de pagos del país. Pero también correría de la mano con la lucha en contra de la pobreza, una de las metas decididas por las Naciones Unidas para los próximos 15 años y el mayor desafío que tienen y tendrán los gobiernos latinoamericanos.

La artesanía se presenta como un factor idóneo, con efecto social multiplicador, que contribuye no sólo con la generación de empleos a corto plazo para suplir una demanda inmediata de productos artesanales sino, lo que es más importante, que hace partícipe de los beneficios del turismo a las comunidades, al tiempo que contribuye a afianzar la identidad de las sociedades. Las artesanías no son sólo un testimonio cultural, sino un medio de subsistencia para miles de personas en Colombia y en América Latina.

Para promover el impacto de la artesanía, urge la necesidad de emprender una acción Intersectorial coherente y concertada que refuerce sus vínculos con otros sectores del desarrollo, como son: turismo, medio ambiente, micro-empresas, educación,... y que dé prioridad a proyectos y actividades artesanales que contribuyan al desarrollo sustentable (Vencatachellum, 1998).

Puig (2003), explica que la artesanía representa una actividad cultural que expresa lo más profundo del alma de un pueblo. Manifiesta sentimientos y esperanzas conectadas con la identidad nacional. Es tan generosa que, ligada a las bondades históricas y naturales de la nación, es capaz de generar puestos de trabajo y riquezas que ayuden a combatir la pobreza y a impulsar el desarrollo económico y social. Por tales razones, merece un apoyo estatal decidido, a través de una política nacional eficaz, coherente y permanente en el tiempo.

Según la Agenda Interna de Productividad y Competitividad de la cadena artesanal del departamento nacional de Planeación DNP (2007); la artesanía es un producto con identidad propia, ubicado en una dimensión económica distinta de la de la industria por su alto contenido de mano de obra, y porque incorpora elementos históricos, culturales, estéticos, y artísticos. Por esto adquiere la categoría de obra de arte. Se consideran, usualmente cuatro formas de artesanía, correspondientes a los diversos espacios sociales en que ésta se desarrolla: artesanía indígena, artesanía tradicional y artesanía contemporánea.

Conocido los distintos tipos de artesanías, es importante recalcar que el sector artesanal puede brindar oportunidades de inclusión rápida a la actividad empresarial a capas de población vulnerable e impulsar el desarrollo económico que puede entenderse como la sumatoria de muchas variables macroeconómicas que convergen para producir un efecto de estabilidad y bienestar para la sociedad. Además se puede explicar que la unión de trabajo, inversión, producción, empleo y consumo con unos adecuados procesos de producción y distribución contribuyen al desarrollo económico y por ende al bienestar.

En este orden de argumentación, la relación entre un conjunto de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados, se reconoce como productividad que hace parte del análisis del sector empresarial artesanal de Santa Marta. En este orden de argumentación señala Krugman (1994), citado por Garay (1998) la productividad no lo es todo, pero a la larga, es casi todo; En términos generales productividad significa hacer las cosas cada vez mejor, desde el principio hasta el final.

## 1.2 ANTECEDENTES LEGALES

Seguidamente se presenta el resumen de las leyes, decretos y documentos CONPES del sector micro empresarial y artesanal, realizando un análisis de los beneficios para el sector.

LEYES, DECRETOS DOCUMENTOS COMPES	DESCRIPCIÓN U OBJETO	BENEFICIOS
La Ley 36 de 1984	<p>Ley del Artesano define la artesanía como “una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico”. El Manual de Artesanías Indígenas define al artesano como la persona que ejercita un arte o un oficio meramente mecánico o aquel que hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndole un sello personal (Cerruti, (s.f). La Ley 36 de noviembre 19 de 1984, considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción.</p>	<p>Tal como lo expresa Quiñones &amp; Castro (2003) Permite ver al artesano como productor de bienes materiales , que son realidades sociales culturales, tecnológica y económicas</p>
Ley 26 de 1986	<p>Esta es una ley de fomento de artesanía y la pequeña industria, donde se pretende que los artesanos Colombianos cuente con una ley propia</p>	<p>Esta ley ampara a los artesanos, que se dedican en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto de trescientos sesenta salarios mínimos vitales generales</p> <p>Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:</p> <p>Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y</p>

		<p>adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro. Etc.</p>
<p>Decreto Numero 0258 de 1987</p>	<p>Tenía como finalidad organizar el Registro de Artesanos y de Organizaciones Gremiales de Artesanos y se dictan otras disposiciones; definiendo que es el artesano, artesanía, clasificación de artesanía en indígena, tradicional popular y contemporánea y las categorías de los artesanos en aprendiz, oficial, instructor y Maestro artesano, entre otras definiciones</p>	<p>Con este decreto se pretendió dar mayor soporte al sector artesanal dándoles un carácter más formal</p>
<p>Ley 590 de 2000 (julio 10)</p>	<p>Se dicta promover el desarrollo de las micro, mediana y grandes empresas Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas; Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas; Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas</p>	<p>Dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales. Esta ley permitirá asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes; Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales, Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.</p>



	empresas	
COMPES 3292 del 2004	Coordinar y elaborar una Agenda con la dirección del DNS, cuyo objetivo es diseñar un plan de acción , de reformas, programas y proyectos prioritarios para fomentar la productividad y competitividad del país, aumentar y consolidar su participación de los mercados; específicamente a través del sector Artesanal	Se permitió la participación de sectores como el DNP, Artesanía de Colombia, empresas sociales y comerciales del estado adscritas al ministerio de comercio industria y turismo, representantes de diversas empresas artesanales de distintas regiones de país, cámara de comercio, laboratorios, centro de diseño, cooperativas con interés en el sector, alcaldías ministerios del Medio Ambiente, unidad de planeación, ministerio, SENA, entre otros; facilitando de este modo un análisis concienzudo del sector.
Documentos COMPES, Agenda Interna para la productividad y la competitividad, Documento sectorial Cadena Artesanal DNP (2007)	la construcción de una propuesta clara de la estrategia y competitividad del sector artesanal, donde se tendrá en cuenta <ul style="list-style-type: none"> <li>• La organización artesanal</li> <li>• El desarrollo de la oferta exportable</li> <li>• Desarrollo de los mercados posicionados de los productos</li> </ul>	Se permite conocer una análisis general de esta cadena productiva, donde se podrá observar, su nivel de producción comercialización, las cadenas productivas de cada región sus debilidades y fortalezas. La Agenda interna sectorial en donde; se resalta que el sector, tiene un amplio potencial, gracias a sus tradición y diversificación, además el amplio número de personas que se vinculan de manera directa e indirecta a la actividad Existen procesos adelantados en materia de innovación y normalización de la producción artesanal. Así como se ha establecidos metas muy positivas que favorecerán sin lugar a dudas a este sector. En el 2019 se conocerá el sector artesanal colombiano como un sector productivo económicamente consolidado, con alta participación de mercados.

## 2. ANALISIS DEL SECTOR ARTESANAL DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA

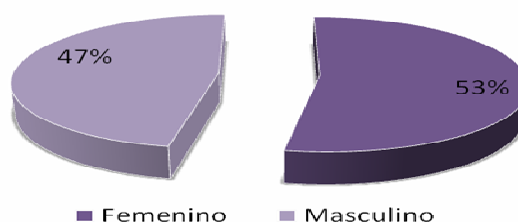
### 2.1. PERFIL DE LOS ARTESANOS DE SANTA MARTA

Es necesario mostrar algunas características de los artesanos de Santa Marta, es por esto que a través del perfil de los artesanos se pretende caracterizar a los empresarios que integran el sector, a través de términos como género, edad, nivel educativo; entre otros.

#### 2.1.1 Características del género de los microempresarios artesanales

En Colombia la distribución por sexo del sector artesanal de acuerdo con artesanos de Colombia (2006), se encuentra representada por un 60% de mujeres y un 40% de hombres, este fenómeno también se muestra a través de las encuestas realizadas en el Distrito de Santa Marta, las cuales determinaron que el 47% de los microempresarios del sector artesanal son hombres y el 53% son mujeres.

Grafico 1. Distribución por género de empresarios artesanales de Santa Marta encuestados.

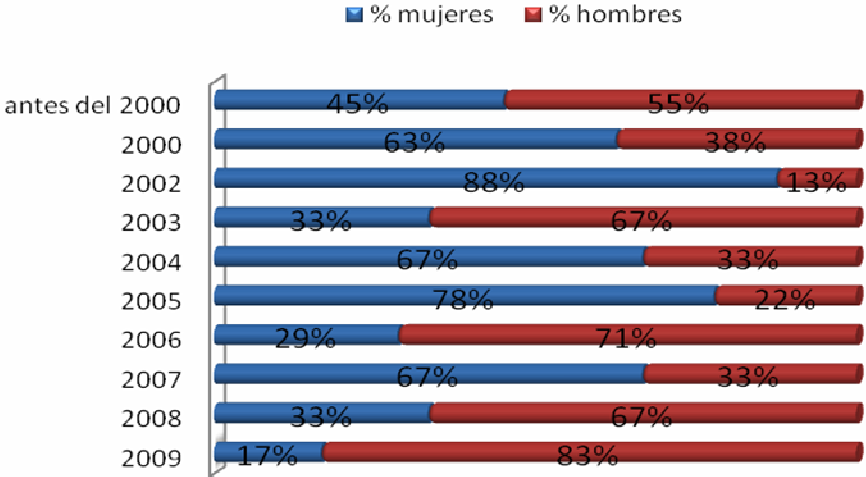


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Respecto a los hombres y mujeres encuestados, relacionados con el año en que ingresaron a la actividad artesanal, el 83% de los que ingresaron en el 2009 son hombres mientras el 17% son mujeres, sin embargo en el 2005 el 78% de los microempresarios que ingresaron a la actividad son mujeres y 22% hombres, por lo

tanto, en el 2005, de cada 78 mujeres que ingresaron a la actividad en este año 22 hombres también lo hicieron. Se puede señalar que la tendencia de participación en el sector es mayor en el género femenino que el masculino; explicado lo anterior en alguna medida por la tendencia histórica de la realización de trabajo manual por parte de la mujer en Colombia y por el crecimiento de la organización empresarial femenina en el país.

Grafico 2. Diferenciación de género respecto al año de ingreso de la actividad artesanal



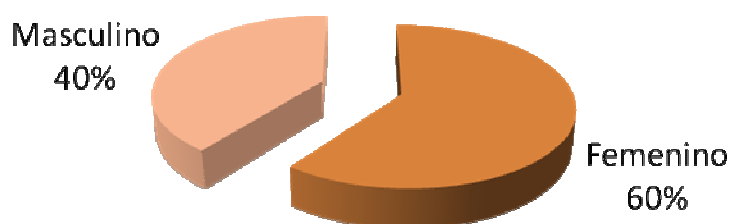
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Es necesario tener en cuenta que las tasas de informalidad femeninas es mayor que la masculina. La razón de este fenómeno, se puede explicar, por el hecho de que las mujeres pueden alternar entre las actividades del hogar y el comercio sin mayor compromiso, al ser este, en algunos casos un ingreso complementario para la familia. Esto se evidencia claramente al analizar las estadísticas del DANE (2000), donde podemos observar que a pesar de que hay un mayor número de hombres pertenecientes al sector informal, es más alta la proporción de mujeres trabajadoras inscritas en el sector informal.

### 2.1.2. Análisis del género de los microempresarios según datos cámara de comercio

Según datos de Cámara de Comercio para el periodo 2000 al 2009, respecto a los microempresarios del sector artesanal, muestra que las mujeres superan el número de los hombres registrados, estas representan el 60% y el género masculino solo el 40%, hecho que demuestra la importante participación de la mujer dentro del área empresarial.

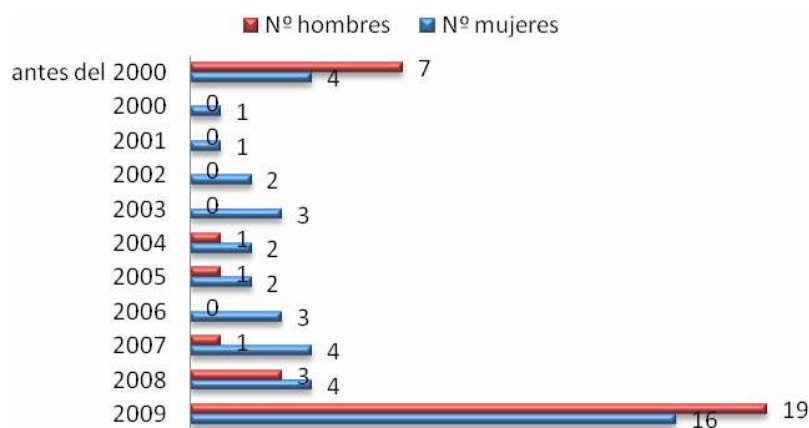
Grafico 3 Género de los microempresarios del sector artesanal registrados en cámara de comercio 2000 -2009



Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta 2010

Cabe anotar que a pesar de que en el 2008, los hombres del sector artesanal registrados en cámara de comercio solo eran 3, en el año 2009 aumentaron notablemente hasta alcanzar un total de 19 participantes, sobrepasando las 16 mujeres registradas en este mismo año. En cualquier caso el género femenino tiene una importante participación dentro del sector, dada la característica de la actividad y los productos, en la cual participan más directamente las mujeres.

Grafica 4. Género de artesanos por año de registrados en Cámara de Comercio

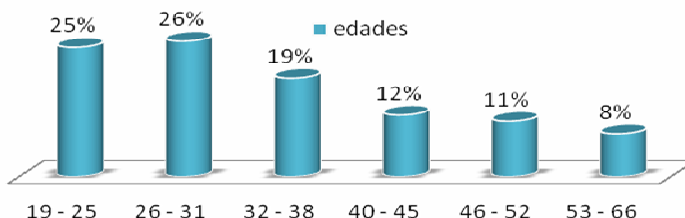


Fuente: cámara de comercio Regional santa Marta, 2010

### 2.1.3 Análisis de la edad de los empresarios artesanales.

La población encuestada del sector artesanal de Santa Marta, muestra un rango de edad de 19 años hasta 66 años, donde los rangos que presentan mayor frecuencia están en las edades entre los 19 -25 y los 26 – 31 con porcentajes del 25% y el 26% respectivamente, la lectura de este hecho permite establecer de forma general, que es un sector con una población relativamente joven, ya que la variedad de los productos y las habilidades propias para su elaboración requieren de creatividad y destreza manual.

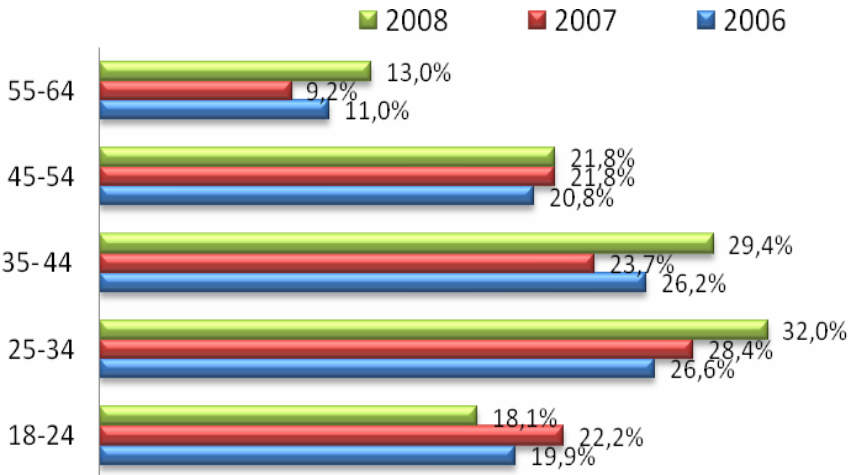
GRAFICO 5. Rango de Edades de microempresarios del sector artesanal encuestados



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

El análisis presentado anteriormente se reafirma en el hecho que, en el país la mayor actividad emprendedora se encuentra en un rango de personas de 25 y 44 años de edad, en donde se asocia este comportamiento al aumento del costo de oportunidad del individuo en el mercado laboral, a medida que aumenta la edad; como lo muestra el gráfico (rango de 45 a 64), incrementa la percepción del riesgo, ya que los individuos asumen obligaciones con el paso de los años.(Global Entrepreneurship Monitora, 2008).

Grafico 6. Rango de Edades de empresarios de Colombia



Fuente GEM Colombia 2008. Encuesta a la población adulta

**2.1.4 ANALISIS DEL ESTADO CIVIL**

El estado civil de las personas del sector artesanal objeto de estudio, muestra que los solteros son el estado más predominante representado con un 34%, teniendo una posible relación, el hecho de que es una actividad conformada por personas jóvenes que se encuentran en una etapa de generación de ingresos propios, seguido de un 31% de microempresarios que viven en unión libre, mientras solo el 22% son casados y el 13% se encuentran separados, siendo este ultimo ítem el de menor participación.

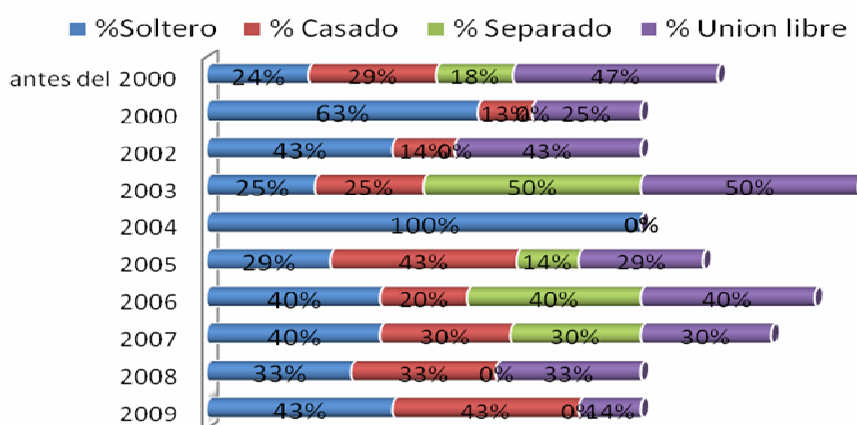
Grafico 7. Estado Civil de los microempresarios artesanales de Santa Marta



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Al analizar el año de ingreso a la actividad de los encuestados, con su estado civil, se concluye que, año a año las personas que principalmente ingresaron eran solteras, alcanzando en el 2004 a tener el 100% de la participación, lo cual reafirma el hecho que son el grupo de individuos que conforman el sector. La siguiente mayor frecuencia se encuentra en los que tienen una condición familiar de unión libre, alcanzando en el 2003 un 50%, a lo que le sigue los que están casados y posteriormente los separados.

Grafico 8. Distribución de los microempresarios del sector artesanal según su estado civil



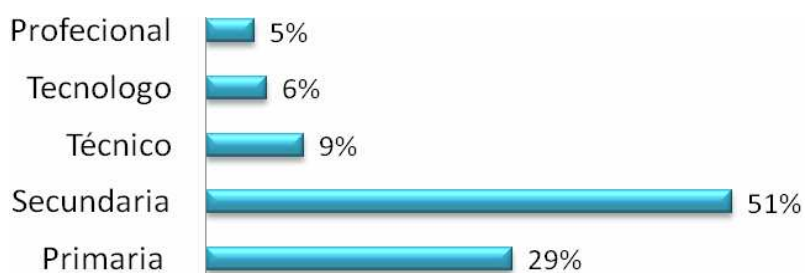
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

### 2.1.5. Análisis del Nivel de Educación

Según Artesanías de Colombia (2007); el 12% de la población artesana en Colombia es analfabeta; de quienes han asistido a una escuela, 34.2% no completó la primaria y sólo 9.6% completó su educación básica secundaria. Adicionalmente, 2.6% de los artesanos han tomados cursos de nivel universitario y sólo 1.7% cursos de formación técnica.

No obstante, la información obtenida a través de las encuestas realizadas a la población del sector artesanal de Santa Marta, permitió establecer que el 51% ha tenido acceso a estudios de educación secundaria y el 29% a educación primaria y solo un 5% a profesional; esto es evidencia clara de que el sector artesanal de Santa Marta lo conforman personas con niveles educativos bajos, lo que puede convertirse en limitantes, en cuanto organización, formalización y gestión, que permitirán un mayor desarrollo productivo de las microempresas artesanales.

Grafico 9 Nivel de educación de los microempresarios del sector artesanal de Santa Marta



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

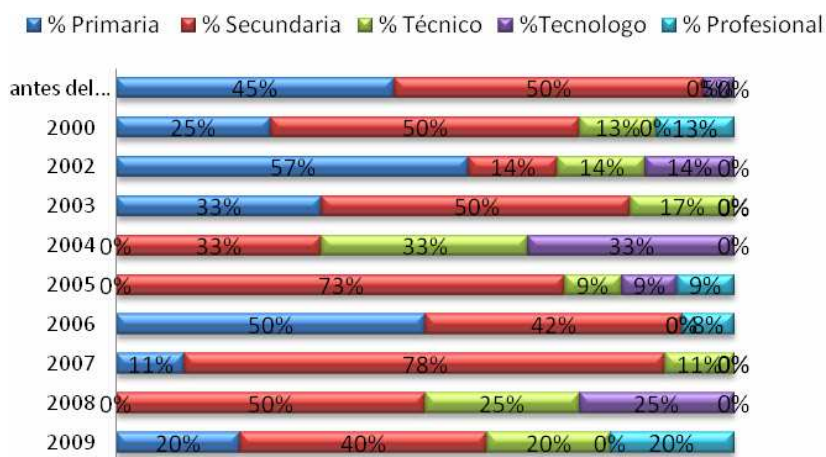
La relación del nivel educativo con el año de ingreso a la actividad, nos muestra que el mayor porcentaje de microempresarios que ingresaron con nivel educativo profesional al sector fue en el 2009, a lo que se le atribuye factores tales como el desempleo,



siendo esta entonces una opción para generar ingresos adicionales. Un hecho que se observa en los resultados, es que la mayoría de las personas que se vincularon a la actividad en periodo de estudio son principalmente bachilleres, al ser esta una forma te obtener recursos de forma alternada y poco especializada.

Por otra parte, se puede decir que los microempresarios que han ingresado a este sector tienen un mayor nivel educativo, ya que antes del 2000 la mayoría sólo tuvieron la formación hasta la primaria, factor que ha disminuido. Esta situación, relacionada con el ingreso de personas con mayor formación a la actividad, se puede observar desde dos perspectivas, la primera explicada por que, es que el sector tiene mayor proyección y crecimiento si incrementa el nivel del capital humano, y la segunda, en que la carencia de oportunidades en la ciudad, no permiten que cada vez mayor número de personas ingresen a la educación superior o a un trabajo más formal y por ende, el sector artesanal, es pues, una alternativa laboral.

Grafico 10. Porcentaje de microempresarios del sector artesanal según su nivel de educación por periodos 2000- 2009

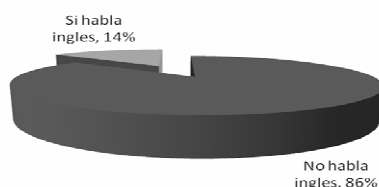


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Es claro entonces, que a la actividad en los últimos años han ingresado personas con mayores niveles educativos, sin embargo existe una fuerte ausencia de competencias

para el dominio del inglés. La grafica nos muestra que sólo el 14% maneja este idioma a un nivel muy bajo, donde el 86% restante, muestra un total desconocimiento, pese a que su actividad está relacionada directamente con el turismo, constituyéndose esta una de las debilidades más importantes del sector en la ciudad, lo cual comparado con otras regiones turísticas, específicamente Cartagena, ha ocasionado que personas de dichas regiones se trasladen a Santa Marta, acaparando los clientes que manejan otros idiomas.

Grafico 11 Porcentaje de microempresarios artesanales encuestados que hablan ingles



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010))

## 2.2 CARACTERISTICAS DE LAS EMPRESAS ARTESANALES

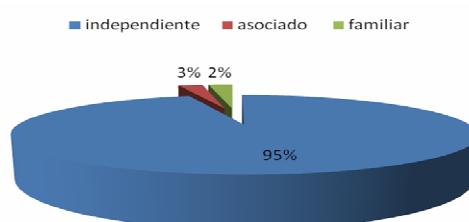
El desarrollo de esta investigación ha permitido obtener información importante del sector artesanal en Santa Marta entre la que encontramos características de la actividad, el nivel de formalidad e informalidad del sector.

### 2.2.1 Tipo de organización

El sector artesanal en Santa Marta, se caracteriza por ser una actividad independiente, representada por un 95%; solo en una pequeña proporción se evidencia las asociaciones o la categoría de microempresa familiar. En muchos casos tienen a su cargo de 1 a 3 empleados en temporada alta. Esta circunstancia condiciona la capacidad de incremento de la producción de las empresas. En cuanto a los microempresarios del sector artesanal pertenecientes a asociaciones se observa que

estos en la mayoría de los casos son partes de organizaciones que vinculan a todo tipo de comerciantes, careciendo de efectividad en su promoción. Solamente se identificó una asociación exclusiva de artesanos denominada ASOARBAMASAR<sup>2</sup>, integrada por 60 artesanos que desarrollan su actividad de forma independiente y en diferentes puntos del Distrito.

Grafica 12 Tipo de organización del sector artesanal

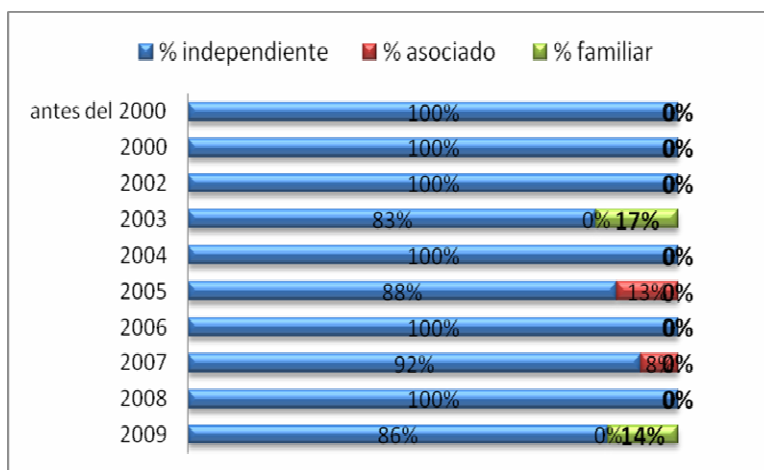


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

La relación existente entre la actividad económica y el año en el cual se ingreso al oficio artesanal muestra que, los años donde se vinculó un mayor número de microempresarios al sector como independientes fueron 2000, 2002 y 2008 cada uno con 100 puntos porcentuales y el mayor número de asociados fue en el 2005 con el 13%, el mayor numero de microempresas del sector artesanal de tipo familiares se crearon en el 2009 con 14%. Cabe mencionar que el periodo de estudio 2000-2009 la mayoría de los microempresarios participan en la actividad de forma independiente, este fenómeno, es el reflejo de la inconformidad de los microempresarios artesanales con las asociaciones existentes, debido a que no han dado cumplimiento a los intereses que se han propuesto y ven, según la información recolectada a través de la encuesta, en trabajar independientemente como la mejor opción, mostrando un predominio de microempresarios independientes.

<sup>2</sup> ASOARBAMASR: asociación artesanos de la bahía de Santa Marta

Grafica 13. Porcentaje de artesanos según su actividad relacionado con el año de ingreso al sector

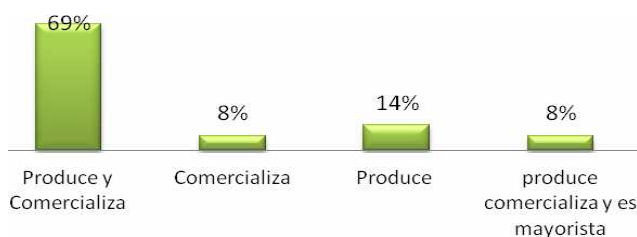


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

### 2.2.2 Actividades desarrolladas por el empresario

El sector artesanal de Santa Marta se caracteriza por que el 69% de los participantes se encarga de las actividades de producción y comercialización, este sector básicamente se centra en desarrollar esta actividad conjuntamente, por que como se analizara posteriormente existe alta escasez de utilización de maquinaria o tecnología y el solo dedicarse a producir no les permite cumplir con la cantidad de productos que les demanda; ahora bien, el 14% de estos microempresarios que se dedican a producir reflejaban que les era positivo por que disminuía los intermediarios y por ende los costos.

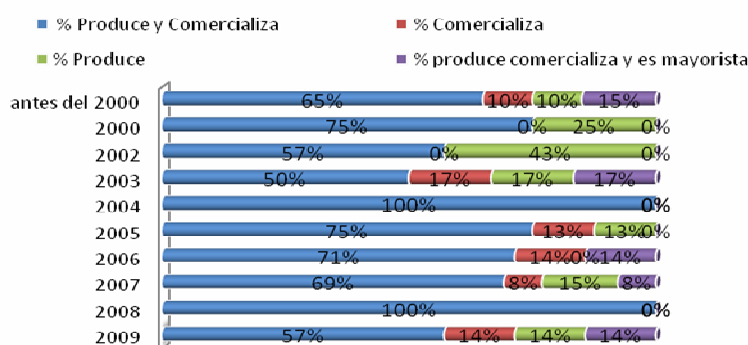
Grafica 14. Actividades de las microempresas del sector artesanal



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Se puede identificar que en el periodo de estudio, existe un predominio de microempresarios que se encargan de forma conjunta de producir y comercializar sus productos, este hecho evidencia nuevamente que estas microempresas no cuentan con todas las maquinarias para producir lo que en algunos casos disminuyen los costos de producción, simplemente hacer la comercialización.

Grafico 15. Actividad del sector relacionado con su año de ingreso a la actividad



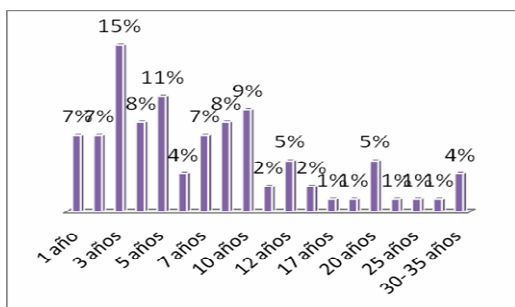
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

### 2.2.3 Experiencia en el desempeño de la actividad

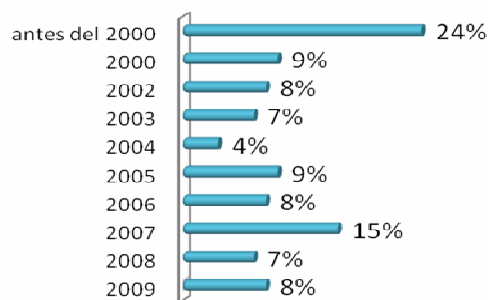
El sector artesanal en Santa Marta, se encuentra en un rango de 1 a 35 años, donde un porcentaje de los encuestados manifestaban que han realizado esta labor durante toda su vida; de este mismo modo, el registro más antiguo de cámara de comercio es 1990 es decir hace veinte años, sin embargo cuenta con renovación de su matrícula en el 2010. El 15% de los encuestados manifestaron haber ingresado a la actividad en el 2007 mientras el 9% en el 2000 y 2005 y en el 2001 no registra ningún ingreso a la actividad

Grafica 16 Descripción del tiempo de experiencia en el desempeño de la actividad artesanal

NUMERO DE AÑOS EN LA ACTIVIDAD



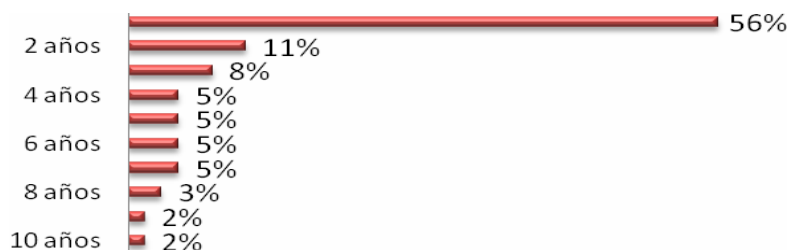
AÑO DE INGRESO A LA ACTIVIDAD



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

según datos de la cámara de comercio se puede identificar que de las 74 empresas formalizadas, en el periodo de estudio (2000 - 2009), existe un gran porcentaje de microempresas artesanales formalizadas hace 1 año, es decir el 56% realizaron su inscripción en el 2009, este hecho se debe muy posiblemente a que las personas que se han ido vinculando tienen un mayor nivel de educación, sumado a las campañas de concientización que adelantan las entidades de desarrollo empresarial de forma independiente. En orden de participación le siguen los registrados hace 2 años, en el 11% en el 2008 y 3 años en el 2007.

Grafica 17 Tiempo, registro de las microempresas artesanales en Santa Marta 2000-2009



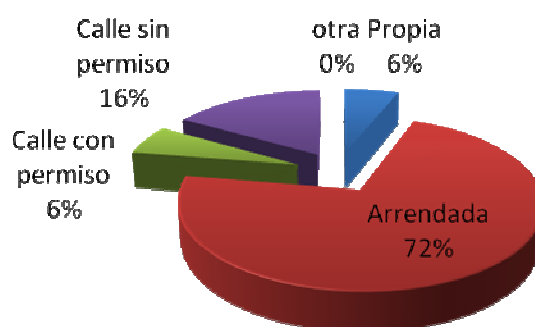
Fuente: cámara de comercio Regional Santa Marta, 2010

#### 2.2.4 Análisis de la localización de las empresas

El lugar donde se ubican estas microempresas es muy importante, para el desarrollo de esta actividad, debido a que Santa Marta está viviendo un proceso de proyección como destino turístico a través de la reconstrucción del Centro Histórico, lo cual ha generado desacuerdos entre los microempresarios del sector artesanal y los ejecutores de las obras.

Por otra parte, en relación con el estudio, los microempresarios encuestados manifiestan que el 16% laboraban sin permiso en las calles alrededor de las playas de Santa Marta y la zona quinta avenida, mientras solo un 6% de los encuestados tenían dicho permiso; el cual es de suma importancia en temporadas turísticas, ya que esto les asegura el desarrollo de su actividad.

Grafica 18 Localización de la actividad artesanal en Santa Marta



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

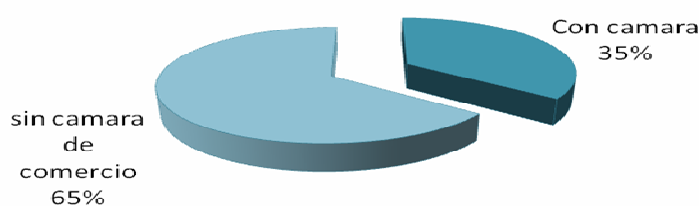
Es de aclarar que esta encuesta se realizó en el centro de Santa Marta, Bahía, Rodadero y Taganga; que son los lugares considerados como de localización estratégica, dada la afluencia de turistas nacionales y extranjeros y el 72% de la población artesanal desarrolla su actividad en locales arrendados de pasajes comerciales o locales.

### 2.2.5 Nivel de formalidad

Uno de los temas esenciales del desarrollo empresarial del país para disminuir la situación de desempleo es la formalidad de la gestión de las empresas. En la investigación realizada se les pregunta a los encuestados si su microempresa está o no registrada en cámara de comercio.

La información arrojada muestra que el 65% de los encuestados son informales mientras el 35% se encuentran registrados en cámara de comercio

Grafico 19. Microempresas artesanales encuestadas con o sin cámara de comercio

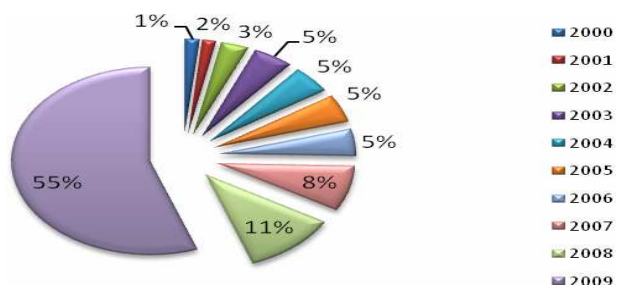


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

De acuerdo con la cámara de comercio 63, de los microempresarios los cuales se registraron entre el 2000 – 2009, son el reflejo de un incremento de registrados en los últimos años posesionando al 2009 como el año de mayor número de registro (35 microempresarios artesanales). Siendo este suceso un factor significativo para el sector, debido a que se ha podido superar los estándares de constitución. En el mismo orden de ideas el gráfico 20, se pueden apreciar los porcentajes de empresarios del sector artesanal que ingresaron en el periodo del estudio y como ha ido incrementándose las microempresas formales de este sector, sin embargo es aún muy amplia la diferencia entre las legalmente constituidas y la que no tienen este registro.



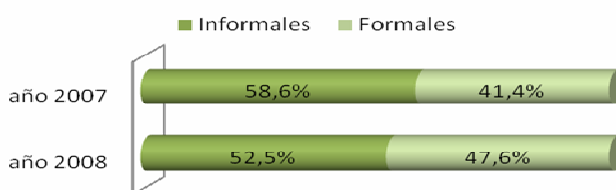
Grafico 20 Empresas registradas en cámara de comercio 2000- 2009



FUENTE: Cámara de comercio 2010

Es claro que este proceso de formalización no solo ha tenido grandes adelantos en el sector artesanal, en Colombia las empresas establecidas se han ido formalizado su actividad. Pasando en el 2007 41.6 puntos porcentuales a el 2008 a 47.6 puntos porcentuales. Es importante mencionar que el desarrollo de la formalidad es primordial para el desarrollo empresarial del país, debido a que este proceso permite mayor productividad y competitividad. El grafico 21 es el reflejo de la conciencia que las empresas están tomado de la necesidad de vincularse a la vida formal desde el punto de vista del registro; comparado en dos periodos 2007 y 2008

Grafico 21 Porcentaje de empresas establecidas que han formalizado su actividad en Colombia



Fuente GEM Colombia 2008. Encuesta a la población adulta

En cuanto a las empresas registradas en Santa Marta hasta el 2009 el 90% han renovado su cámara de comercio y en lo corrido del 2010 se ha presentado tanto registros como renovaciones, este fenómeno es muestra que se ha generado una

continuidad de las microempresas registradas, manteniéndose dentro de la formalidad a través de la renovación de su matrícula.

Grafico 22 Porcentaje de microempresarios del sector que han renovado su matricula



Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

La actividad artesanal en Santa Marta se ha establecido históricamente como una economía de subsistencia, reflejado por su alto grado de informalidad que se muestra en la ciudad y que evidencia porque existen 391 microempresas artesanales informales de las 465 existentes, por ende solo 74 se encuentran legalmente constituidas.

### 2.3. CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS ARTESANALES

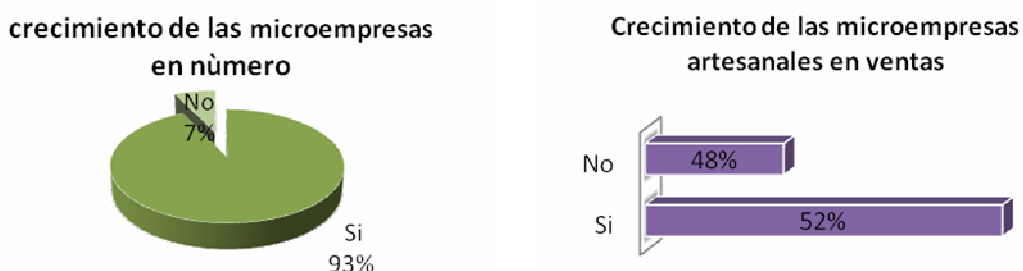
El sector artesanal en Santa Marta muestra un mayor crecimiento en las temporadas de mayor afluencia turística, es decir temporada alta; que comprende los meses entre: enero a diciembre, semana santa, junio y julio. No obstante, a partir de la investigación realizada se observa que el sector ha obtenido a través de los nueve años de estudio un crecimiento significativo en número de microempresas de carácter artesanal, en cuanto al crecimiento del sector por ventas el 52% de los encuestados expresaron que ha crecido y el 48% afirman que no habían crecido las ventas en muchos de los casos a la proliferación de artesanos en Santa Marta.

### 2.3.1 Crecimiento del sector en ventas y número de microempresas

Este sector ha crecido en número según la población encuestada, porque muchas personas han visto en esta actividad una alternativa laboral, lo que atraído que mas microempresarios ingresen al sector, estos no solo son samarios sino que existen individuos de otras partes del país incluso del extranjero, de este modo, pese que para un alto porcentaje microempresarios consideran que si han crecido sus ventas.

Si embargo, los que consideran que las ventas no han incrementado, lo expresan basándose en por la existencia de fuerte competencia y por el aumento significativo de microempresarios que los lleva a disminuir los precios de sus artículos.

Grafico 23 crecimiento del sector artesanal en número y en ventas

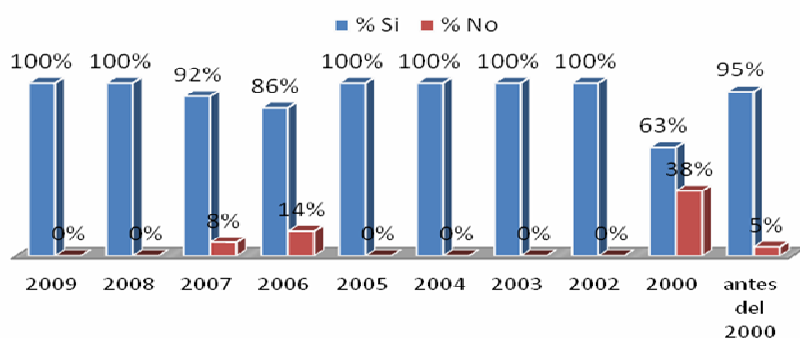


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Es claro entonces, que si bien existe un crecimiento en número, esto se debe al atractivo negocio que brinda la actividad gracias a las temporadas turísticas; este fenómeno no solo se presenta en Santa Marta, a nivel nacional en el 2005 el sector turístico contribuyó con el 2,3% del total del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia, con una valor de US\$ 2.475 millones de dólares; generó 379.872 empleos directos representando el 2,2% del total de empleos del país y aportó el 11,2% del total de la inversión en capital con US\$ 1.812 millones, además el turismo ha sido visto como un sector clave en regiones rezagadas. (Aguiler & Bernal, 2006), gracias a su capacidad

para generar múltiples beneficios que potencializan el desarrollo económico y la modernización, siendo uno de los jalonadores de sectores como el artesanal.

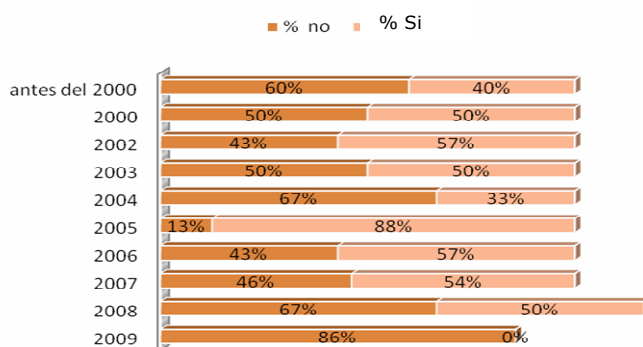
Grafico 24 Crecimiento del sector en número microempresas 2000-2009



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Sin embargo al analizar la opinión de crecimiento en cuanto a ventas con el año de ingreso a la actividad se puede observar que los microempresarios del sector que consideran que este ha crecido en ventas son los nuevos, es decir los que ingresaron en el 2009 con un 86%, mientras que el 53% de los que ingresaron en el 2005 consideran que las ventas han disminuido.

Grafica 25 Crecimiento del sector en ventas microempresas 2000-2009



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

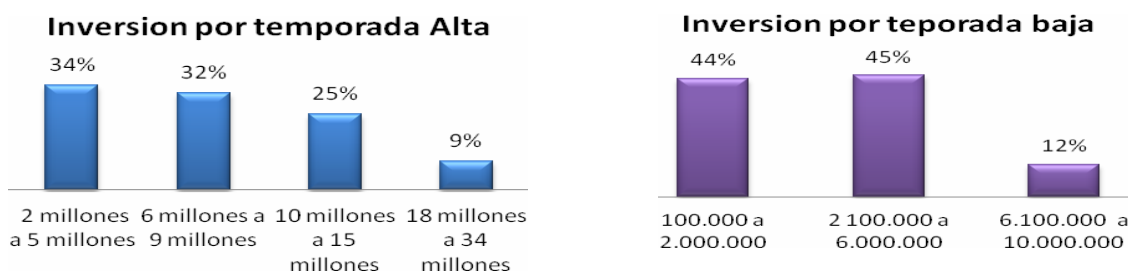
El sector artesanal de Santa Marta muestra mayor dinamismo en temporadas altas, es decir, en la temporada donde la afluencia de turistas es mayor, lo que incide en que exista una mayor inversión de capital en estas temporadas, generando un incremento

en el ingreso por ventas en esta época del año. La ciudad de Santa Marta cuenta indudablemente con una vocación turística, el cual es un factor determinante para el crecimiento del sector artesanal debido que esta es fuente de sus clientes potenciales, por este motivo estos microempresarios dirigen su mayor inversión en enero, diciembre, semana santa, junio y julio (épocas de temporadas altas).

### 2.3.2 Crecimiento del sector a través de inversión e ingresos

Las inversiones, y por ende el crecimiento de este sector, se encuentra influenciado en mayor proporción en temporadas turísticas, pues a pesar de ser tan cortas, son las mejores épocas del año para los microempresarios que desarrollan esta actividad. El grafico 26 nos muestra que la proyección del capital invertido; que con un 34% en la temporada alta, se encuentra en el rango entre \$2.000.000 a \$ 5000.000, mientras que en temporada baja, la mayor parte, el 45% de microempresas invierten entre \$2.100.000 a \$ 6.000.000. Sin embargo en temporada alta el rango de inversión oscila entre \$2.000.000 a \$34.000.000, lo cual evidencia por que existe una mayor rotación de mercancía y por ende unos mejores ingresos, a diferencia de la baja, que su rango de inversión, es bajo, fluctuando entre 100.000 a \$ 10.000.000.

Grafico 26 Inversión de los microempresarios artesanales por temporada

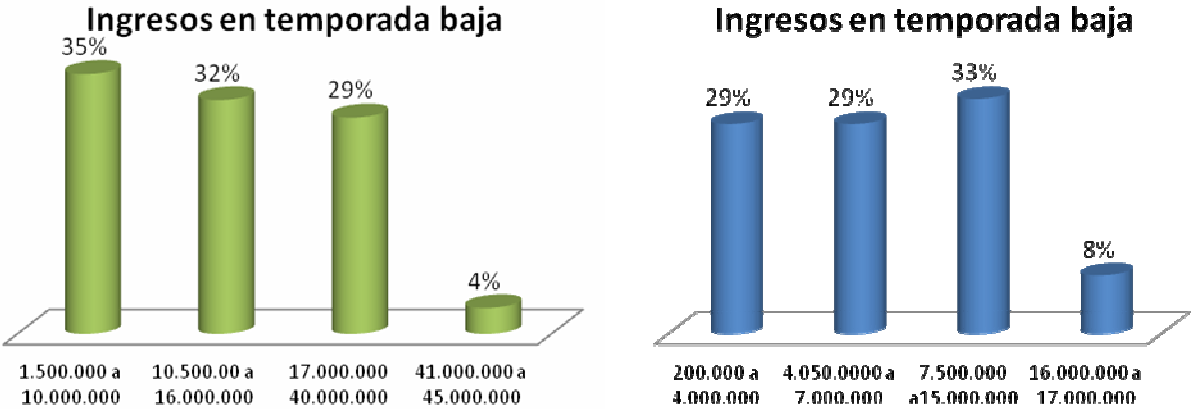


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Temporadas turística o temporada alta es la épocas donde hay mayor afluencia de turistas que en la ciudad de Santa Marta comprende, los meses de enero - diciembre, semana santa, junio y julio

En cuanto a los ingresos por venta son también reflejo de que la temporadas altas existe un mayor dinamismo del sector, pues estas oscilan entre \$1.500.000 a \$45.000.000, mientras en temporada baja estas fluctúan entre \$200.000 a \$17.000.000, tal y como se expresa en el gráfico 27.

Grafico 27. Ingresos por ventas en temporada



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

**2.3.3 Crecimiento del sector medido a partir de los activos de las microempresas artesanales constituidas**

Los activos del sector artesanal se encuentran establecidos en los registros de cámara de comercio, estos van desde 300.000 peso a 11.050.000, según lo planteado en el grafico 28. Cabe mencionar que las empresas constituidas antes del 2000 sólo registran activos por valor de \$36.610.000, lo cual comparado con los 9 años que comprenden el periodo de investigación, evidencia un reporte de activos que casi duplica el valor de vigencias anteriores. Este hecho muestra que los microempresarios del sector artesanal (periodo de estudio) han incrementado sus activos en el negocio, como muestra de la confianza que estas personas en el sector.

Grafica 28 Total de activos de las microempresas artesanales legalmente constituidas



Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

## 2.4. PRODUCTIVIDAD

Para el desarrollo de este estudio se entiende por productividad la relación entre lo que se produce con relación a los recursos humanos, naturales y de capital utilizados para producirlo (agenda interna de productividad y competitividad, documento sectorial cadena artesanal; 2000)

Esto permite identificar que los factores esenciales del crecimiento de un sector en la economía es su nivel de productividad, debido a que dependiendo del uso de los recursos se verá reflejado en mayor desarrollo de este sector; es por esto, que es pertinente analizar el crecimiento productivo del sector artesanal en Santa Marta para tener un panorama claro de su evolución en el periodo de estudio, lo cual se logra a través del tipo de producción, el manejo sus volúmenes, la inserción de la tecnología y establecer claramente cuáles son las variables determinantes de la productividad del sector, conociendo que dadas las características de los productos (que tienen intrínseco un alto valor cultural y artístico) es posible que factores distintos a los tradicionales se han importantes para este tipo de empresas.

### 2.4.1 Crecimiento y productividad

Se puede observar, en la grafica 29, que el 53% de los microempresarios considera que con el tiempo sus ventas han incrementado, es de aclarar que como lo muestra el grafico 37 el cual veremos más adelante, el 87% de los microempresarios utilizan su fuerza laboral, para elaborar los productos que venden, lo que le da un alto valor

cultural y artístico; sin embargo el 47% creen que sus ventas no ha aumentado en estos últimos años, debido a que ha incrementado significativamente la competencia.

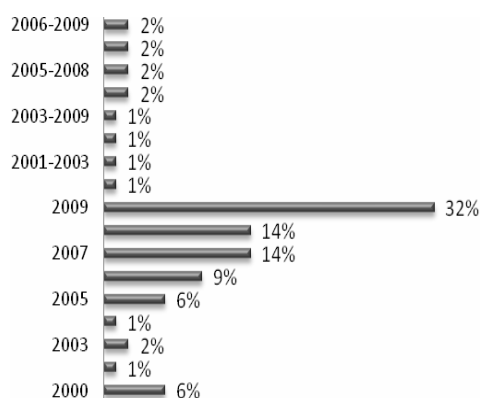
Grafico 29 Incremento de las ventas del 2000 al 2009



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

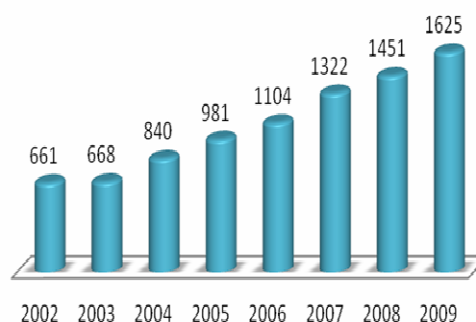
A través del proceso de investigación se pudo establecer que el mejor año en ventas para el sector artesanal de Santa Marta fue el 2009, esto es una de las consecuencias de la promoción turística que traído consigo el incremento de los cruceros, lo que ha impulsado a el sector beneficiando su nivel de ventas. El grafico 31 nos muestra como se ha ido incrementado el arribo de cruceros en la ciudad en los últimos años, lo que es resultado de las proyecciones menciona por proexport (2008) sobre la estimación de la demanda por viajes y turismo, que en Colombia crecerá un 4% anual entre el 2009 y 2018.

Grafico 30 Mejor año en ventas del sector artesanal



Fuente: Datos y proyecciones del autor

Grafico 31 Llegadas de cruceros turísticos a Santa Marta



Fuente: capitanía de puerto Santa Marta 2010



Por otra parte, es importante mencionar que existe una gran ausencia de registros de cualquier tipo de contabilidad, según lo manifestado por los encuestados, que permita tener una mayor claridad de que tan productivo es el sector, lo que origina que no se especifique claramente cuanto es su volumen real de producción y de ventas. Sin embargo la interlocución con esta población permitió conocer algunas formas del accionar comunes en el sector empresarial, como que a medida de que su mercancía se iba agotando ellos invertían, sin tener control alguno de los movimientos en dinero y en volumen, y que esto se hacía principalmente en temporada alta. Lo anterior se explica por la falta de procesos de administración, manejo de inventarios y contabilidad. El grafico 32 a continuación mostrara el panorama real del sector en cuanto a registros existentes

Grafica 32 registros de ventas y producción



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Es claro que existe un alto porcentaje de microempresarios artesanal que son informales; las empresas informales reducen la productividad y la competitividad del sector y distorsionan la repartición de las cargas entre los empresarios en sus aportes a la financiación de los sistemas de seguridad social y, en general, a la infraestructura del país Global Entrepreneurship Monitora (2008),

#### **2.4.2. Artesanías producidas y comercializadas**

El sector artesanal de Santa Marta es un sector muy rico en cuanto a los productos que ofrece existe una gran variedad de objetos resultados de la transformación de materia prima, los cuales pueden ser obras únicas o utilitarias; la tabla 1 describe un listado de

los artículos más producido en el sector artesanal de Santa Marta, descrito a través de dos criterios los de uso personal y los decorativos

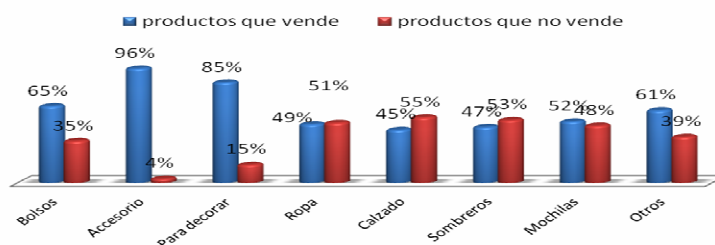
Tala 1. Lista de artículos artesanales

ARTÍCULOS U ACCESORIOS ARTESANALES DE USO PERSONAL	ARTÍCULOS DECORATIVOS Y DE OTROS USOS ARTESANALES	
Accesorios (correas, collares, aretes, pulseras, pulsos, etc.) Billeteras Cigarreros cerrillos tallados Gorras relojes, platería Monederos pipas llaveros Calzado bolsos, mochilas	toda clase de adornos recordatorios figuras en piedra Lámparas Bisuterías palos de lluvia porta lápices lapiceros para masajes Cordelería e hilandería muñequería Cerámicas	Móviles Aplicaciones en telas Decoraciones en cuero Instrumentos musicales Decoraciones a mano Estampados Abanicos Hamacas Utensilios para el hogar juguetes objetos decorativos

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

El grafico 33 muestra que artículos y que porcentajes de los microempresarios del sector artesanal los vende y cuáles no lo hacen; del mismo modo, se puede observar cuales artículos son los que impulsan los niveles de ventas del sector. Es claro entonces que los accesorios (aretes, anillos, manillas, relojes, correas, collares, escapularios, etc.) representados con un 96%, son los que la mayoría de estas microempresas ofrecen a sus clientes; tan solo el 4% de esta población encuesta no vende accesorios, seguidos para los objetos para decorar y los bolsos.

Grafica 33 Porcentaje de artículos que venden la microempresas artesanales



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

### 2.4.3 Materiales utilizados por las microempresas artesanales

De acuerdo con Artesanías de Colombia (2007), La producción artesanal emplea principalmente materia prima natural (de origen animal, vegetal o mineral), de la cual 73% se encuentra en condiciones silvestres. En Santa Marta, la producción artesanal cuenta con distintos materiales y entre los más autóctonos son coco y piedras jabón, por ende, son principalmente materia prima natural, esta característica es básicamente muestra de su expresión cultural de trabajo y creación que caracteriza la historia productiva del este sector.

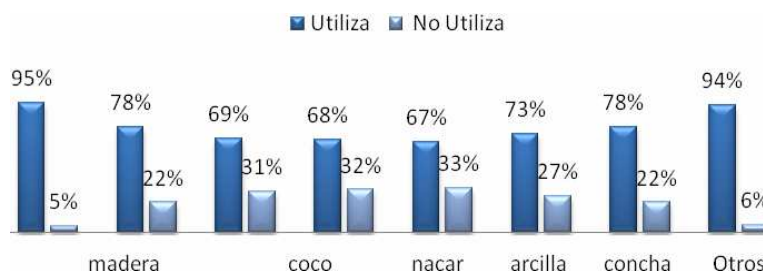
Tabla 2 Lista de Materiales

Naturales (vegetales, animales y minerales )			Con materiales que imprimen un proceso industrial	
Raíz de mariguana	Piedra Tayrona, caliza, cerro campusano, jabón, iraca	Coco	Porcelanicron	Cauchos
Cueros	Madera	Nácar	Materiales sintéticos	Pinturas
Lanados	Caña flecha	Arcilla	Cerámica	Mostacilla
Caracol	Guadua	Concha	Yeso	Telas, hilos
Totumo	Algodón , plumas	Semilla	hilos encerados	Pegantes
Raíz coca	Bambú	Perlas	Vidrios	Destrón 72

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

.En Santa Marta el 95% de los microempresarios del sector artesanal producen utilizando piedra como Tayrona y caliza y el 78% utilizando madera y el 22% no la utiliza, es decir, que por cada 78 microempresarios que utilicen madera 22 no lo hacen, un porcentaje alto de no utilización en el nácar.

Grafico 34 Porcentajes de Materiales utilizado por los microempresarios del sector artesanal



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

De acuerdo con el Censo Nacional del Sector Artesanal (1998), 43.3% de los Artesanos enfrentan escasez de materias primas, mientras 26% tienen acceso a materias primas de baja calidad; sin embargo, la información obtenida en Santa Marta por medio de las encuestas el 75% de los microempresarios del sector artesanal declaraban que no existía escasez de materia prima, mientras el 25% decía que había escasez en materiales como algunas semillas, caracol, caña flecha, destrón 72, plástico y tela hindú y la semilla de bambú.

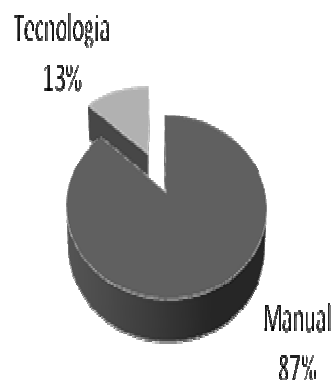
## 2.5. TECNOLOGÍA

La productividad por mejoras tecnológicas es un punto controversial en cuanto ámbito artesanal se refiere, debido a que algunos de los empresarios encuestados consideran que al implementar maquinarias sofisticada, la artesanía perdería su valor y que es mejor seguir la tradición de la producción no industrial donde se utilicen herramientas y máquinas simples. En Santa Marta el sector artesanal desarrolla la elaboración a mano en un 87%, y argumentaba algunos de los encuestados que disminuyen sus costo por su habilidades de ser productores comercializadores y en algunos casos mayoristas, la habilidades propias del artesano samario le permite al mismo tiempo de realizar sus ventas o entablar conversaciones realizar artesanías tal vez efecto de la especialización.

TABLA 3 Técnicas utilizada para elaborar las artesanías 2000-2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Manual	74	87%
2	Tecnología	11	13%
	TOTAL	85	100%

Grafico 37 Técnicas utilizada para elaborar las artesanías 2000-2009



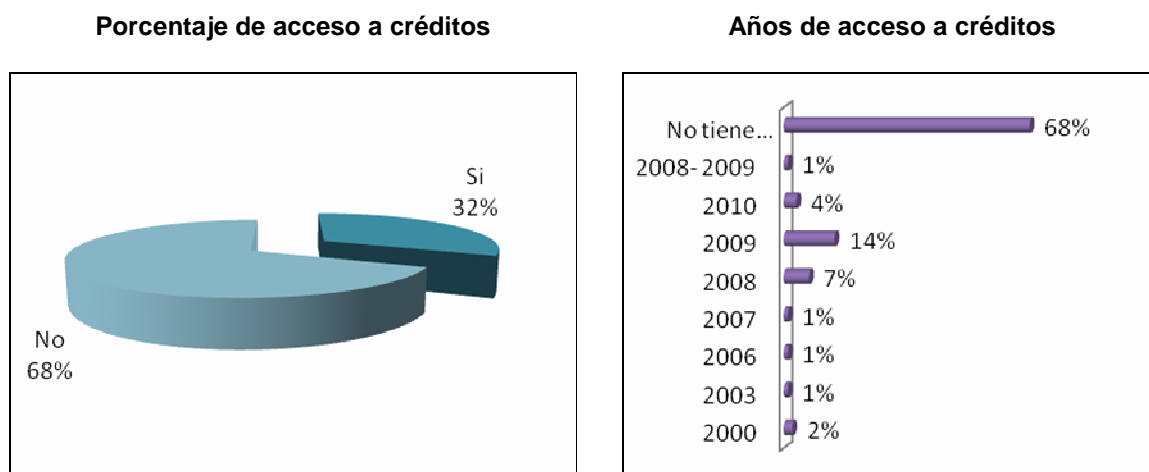
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

## 2.5. ACCESO A MICROCRÉDITOS

En el marco de la política de apoyo empresarial, el Gobierno Nacional cuenta con un conjunto de instrumentos orientados al apoyo financiero para la creación y fortalecimiento de las empresas, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas. Estos instrumentos consisten principalmente en crédito de fomento a través de líneas de redescuento dirigidas a las Mipymes, y sistemas de garantías para mejorar el acceso al crédito bancario, a través de la banca de oportunidades.

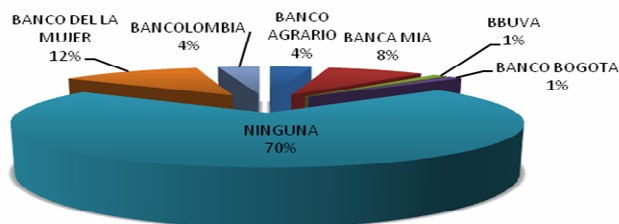
Esencialmente se identificó una gran abstención de acceso a microcréditos, pero las entidades más utilizadas son Banca Mía, Banco de la mujer y Banco Bogotá, se puede identificar que el 68% de los encuestados no accedido a micro créditos y el solo el 32% si lo ha hecho y el año de mayor numero de créditos realizados ha sido el 2009.

Gráficos 36. Acceso a Micro créditos o programas de Apoyo



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Gráfico 37. Entidades a las que accedieron a créditos 2000-2009



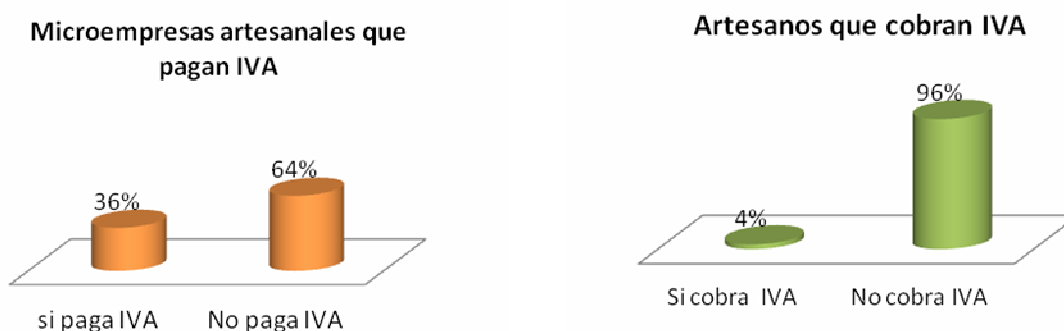
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

## 2.7 IMPUESTOS DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR ARTESANAL

El sector artesanal como tal, participa muy escasamente en los aportes a la base presupuestal del distrito debido a que como se menciona anteriormente se caracteriza por ser informal, y pese a que el sector ostentan un gran crecimiento en cuanto formalización en el 2009 la dispersión entre formales e informales aún es muy amplia. Sumado a esto, la encuesta realizada demostró que el 64% de los microempresarios no pagan IVA, y el 36% no pagan IVA cuando realizan sus compras; No obstante, el 96%

no cobra IVA a sus clientes, debido a que no manejan facturas ni ningún tipo de registro contable y solo el 4% cobran este impuesto a sus compradores

Grafico 38 Aportes por impuestos del sector artesanal.



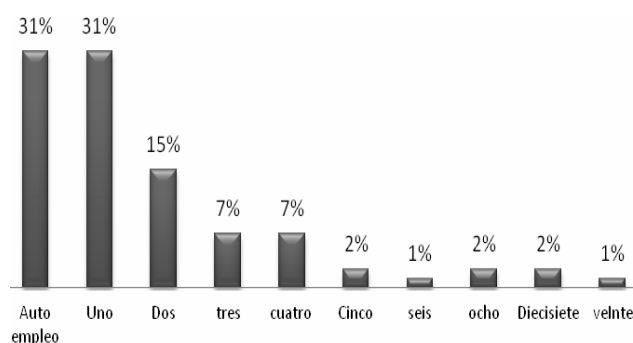
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

## 2.8 UTILIZACIÓN DEL FACTOR TRABAJO

Personas se dedican a oficios artesanales, representando alrededor de 15% del empleo de la industria manufacturera el país según artesanos de Colombia (2007). En cuanto al impacto que generan la microempresas a través de creación de empleos muestra que en una mayor proporción en temporada alta es donde se presenta mayor utilización del factor trabajo, y su salario oscila entre, \$520.000 y \$ 700.0000.

El grafico 41 nos muestra el porcentaje de empleos generados por el sector, donde se observa que el 31% de las microempresas generan 1 empleo, y en este mismo porcentaje el 31% genera autoempleo no presenta demanda laboral alguna, esto se debe principalmente a que es una actividad de las llamadas coloquialmente como de rebusque buscando sostener la economía familiar. Estos empleos se generan mayormente en temporada alta. Cabe mencionar entonces que esta actividad pese a su carácter informal brinda alternativas de trabajo cuando el mercado demanda en una mayor proporción sus productos lo que incide en el crecimiento y el favorable desempeño que tiene este sector en temporadas turística.

Grafico 39 Empleos generados en el sector artesanal anualmente

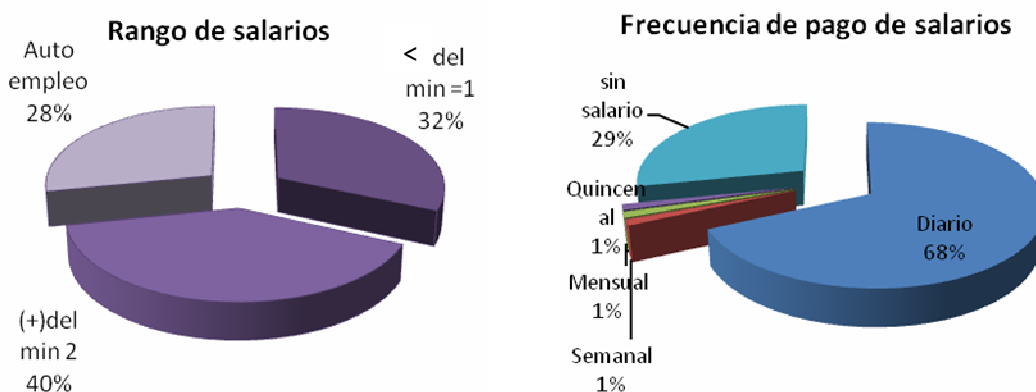


FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

El gráfico 40 nos muestra que los microempresarios del sector que generan empleos, el 40% de estos, pagan a más del mínimo, el 32% menos del mínimo y el 28% generan autoempleos, esto se debe a que son sueldos pagados en temporadas altas donde incide la llegada de sus clientes potenciales, fijando para el pago patrones socialmente aceptados.

La frecuencia de pago está dada principalmente de forma diaria, ya que como se mencionó anteriormente se debe a las temporadas turísticas y a la informalidad del sector, por lo que no se asumen pagos de prestaciones sociales.

Grafico 40 Rango de salarios y Frecuencias de pagos de los salarios de los microempresarios del sector artesanal



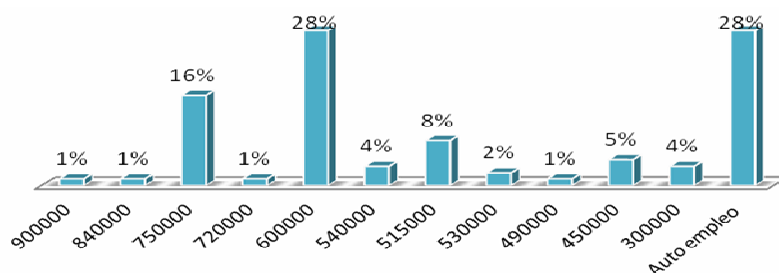
FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)



Se puede observar, en el grafico 41, que el pago a los trabajadores del sector, es de \$600.000 representado con el 28% de los que generan empleo seguido por aquellos que pagan \$750.000. La variabilidad en el pago, tal y como se señaló anteriormente depende de las condiciones establecidas por el patrón y se encuentra socialmente aceptado.

El ítem del autoempleo no es tenido en cuenta ya que estos derivan su pago de las ganancias producidas por el desarrollo de la actividad.

Grafico 41. Valor de pagos por mes a los empleados del sector artesanal



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

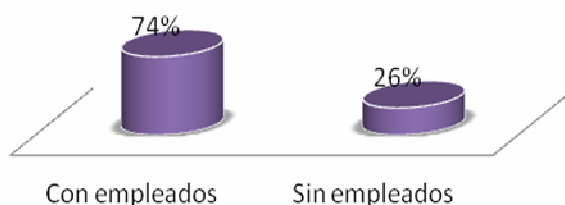
No obstante, los empleos que genera el sector artesanal en Santa Marta, son una alternativa laboral que brindan ingresos a un gran numero de población que en no se logra ubicar en las empresas formales de la ciudad y a su vez mitigar muchas de sus necesidades de básicas, es de esta manera el nivel de empleo un componente que incide en el desempeño de este sector debido a que cuando se dinamiza el sector por la llegada sus clientes potenciales generando crecimiento en la actividad mayor es la oferta y demanda laboral lo cual trae como resultado mayor productividad e ingresos

### 2.8.1. Empleos generados por la microempresas artesanales constituidas

De las 74 microempresas artesanales que del 2000 al 2009 se encuentran registradas en cámara de comercio, el 74% generan empleos, siendo este un hecho importante que

da a conocer, que existe un alto porcentaje de las microempresas formales que aportan a la disminución de las tasas de desempleo que tiene del Distrito, no obstante el 26% no genera ningún empleo.

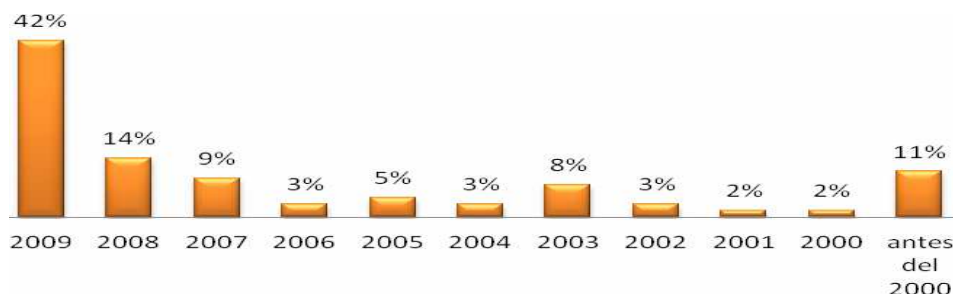
Grafico 42. Microempresas constituidas que generan empleo



Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

En el mismo orden de ideas, según la información de la cámara de comercio, se pudo conocer la curva de generación de empleos según el año de formalización de las actividades, en donde a medida que incrementan los años aumenta el número de puestos de trabajos creados. Es notorio el comportamiento del año 2009, ya que por un lado es el periodo en que más se registraron empresas y por otro en que más empleos se crearon. Si se comprara el año 2000 con el 2009, la curva de ascenso fue el 40%, lo que demuestra la importancia del sector dentro del mercado laboral, como indicador de desarrollo y generación de ingresos.

Grafico 43 Generación de empleos según su año de registro



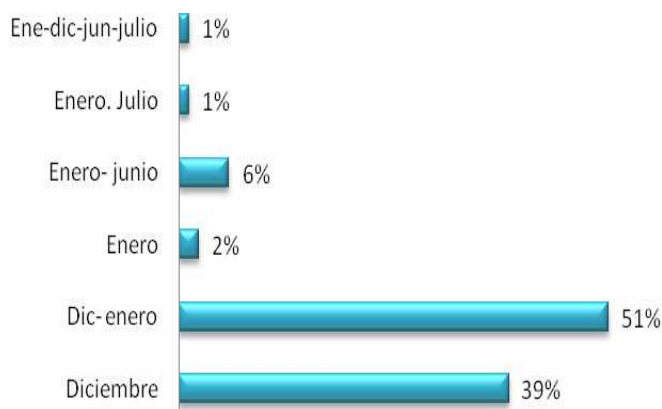
Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

## 2.9. TURISMO Y ARTESANÍAS

La primera encuesta de turismo aplicada a los hogares reconoce que Santa Marta es una de las ciudades donde llegan el mayor volumen de viajeros, y por ende 19.5% de los viajeros la tienen como el destino preferible a viajar a Santa Marta, de acuerdo con lo expuesto en la (Agenda interna para la Productividad y la competitividad, Documento sectorial Turismo; 2007).

Este es un factor importante para el sector debido a que como se ha mencionado los clientes potenciales de estas microempresas en Santa Marta son los turista, que generan mayores volúmenes de ventas; por esta razón se les pregunto a los encuestados cuales eran su mejor mes en ventas, y sus respuestas coincidieron con las temporadas turísticas, destacando a diciembre y enero como la épocas de mayor dinamismo económico.

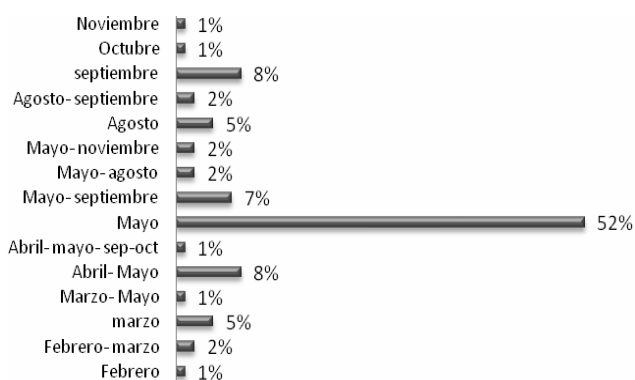
Grafico 44 Mejor mes en ventas para las microempresas artesanales



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Por otra parte, el mes de mayo, donde la afluencia de turista es baja, reporto con el 52% el peor mes en ventas.

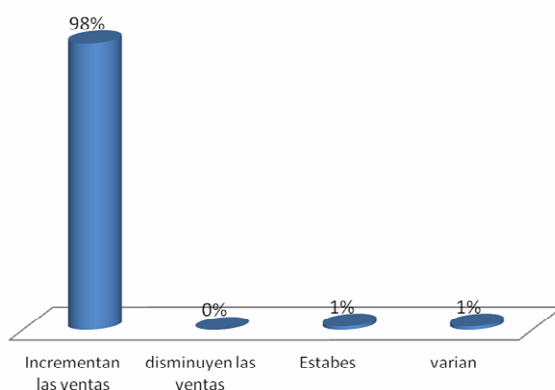
Grafico 45 Peor mes por ventas para las microempresas artesanales



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Para poder determinar, que tanto crecimiento traía el turismo al sector artesanal, se les pregunto a los encuestados, si considera que la llegada de turistas incrementa sus ventas, a lo que el 98% de los participantes expreso que existía una relación directa entre estas dos variables, hecho que se ha expuesto en la mayoría del documento.

Grafico 46 Influencia de los turistas en las ventas del sector



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

El grafico 47, permite leer el porcentaje de incremento en ventas para los encuestados por llegada de turistas, en donde el mayor número de expresos que incrementan es un 70%, y que el mejor año en ventas por la llegada de turistas con un 32% ha sido 2009, tal y como se ha documentado por el arribo de cruceros internacionales.

Es en este punto que , *“La dinámica global, permite identificar en los sectores del turismo y artesanías, desafíos y oportunidades comunes; las artesanías reviven y se transforma cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir con ello; como los que ofrecen el turismo; por otra parte el turismo haya una posibilidad de diversificación a través del aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural que se preserva en el oficio artesanal”*.(Ministerio de Comercio Industria y turismo viceministerio de turismo y Artesanías de Colombia; 2009).

Grafico 47 Porcentaje del incremento de las ventas y mejor año por turismo



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Finalmente las temporadas turísticas que comprenden tres 3 épocas del año diciembre-enero, junio-julio, Semana Santa, generan que los microempresarios del sector artesanal inviertan en una mayor porporción como lo muestra el grafico 26 y es evidente ademas, que el dinamismo que trae el turismo al sector en cuanto a mayores ventas

## 2.10 ANÁLISIS ECONOMETRICO

La econometría son un conjunto de métodos estadísticos y matemáticos, utilizados con el objeto de validar hipótesis de tipo económicas con base en datos empíricos. La regresión Lineal es uno de los métodos contenidos en esta disciplina, la cual tiene por objeto la determinación del promedio de la variable dependiente, con base en muestras repetidas de las variables independientes (Gujarati).

En el presente estudio, se utilizara un modelo de regresión lineal clásico, con el objeto de identificar los factores que determinan la variación en las ventas de los artesanos de la ciudad de Santa Marta. El modelo viene dado por la siguiente función.

$$\text{Ingresos} = \beta_0 + \beta_1 Tp + \beta_2 M + \beta_3 Mi + \beta_4 Emp + \beta_5 IVA + \beta_6 Legal + \mu$$

Donde:

Tp: Es un vector de variables dicotómicas que explican los tipos de artículos fabricados y comercializados por los artesanos.

M: Es una variable dicotómica, que evalúa el tipo de tecnología utilizada en el proceso productivo, tomando el valor de 1 cuando es manual y 0 cuando se vinculan maquinas.

Mi: Es una variable dicotómica que toma el valor de 1 si el artesano accedió a microcrédito en los años 2009 y 2010 y 0 en caso de no adquirir microcrédito o si el microcrédito fue otorgado en periodos diferentes.

Emp: Son el número de empleos generados por la microempresa.

Iva: Es una variable dicotómica que toma el valor de 1 si el artesano cobre iva y 0 en caso contrario.

Legal: Es una variable dicotómica que toma el valor de 1 cuando el establecimiento esta registrado en cámara de comercio.

## Procesamiento de datos

Los datos fueron procesados en el software econométrico stata 10, gracias a la robustez que ofrece en materia de pruebas de validación de supuestos econométricos.

Se desarrollaron 4 modelos, (los cuales se pueden observar en los anexos, Pág. 101) no obstante se puede observar el comportamiento de los ingresos en temporada baja y temporada alta, condicionados por el hecho de que las microempresas se encontraran legalmente constituidas.

Los resultados que se presentan a continuación corresponden a los ingresos en temporada alta, y los establecimientos legalmente constituidos, se analizan dichos establecimientos.

### Linear regression

Number of obs = 29  
 F( 8, 19) = .  
 Prob > F = .  
 R-squared = 0.4107  
 Root MSE = 8.8628

Ing_T_Alta	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Bolsos_Y_M~s	3.61362	5.983008	0.60	0.553	-8.90896	16.1362
Accesorios	-7.769742	8.294465	-0.94	0.361	-25.13026	9.590772
Decorativo	-5.489133	5.7806	-0.95	0.354	-17.58807	6.609803
Ropa	8.920611	5.274477	1.69	0.107	-2.118996	19.96022
Calzado	-6.579389	5.310767	-1.24	0.230	-17.69495	4.536174
Sombrero	-1.491548	6.679535	-0.22	0.826	-15.47198	12.48888
Mochilas	-5.445665	9.357324	-0.58	0.567	-25.03077	14.13944
Manual	-4.613982	5.259707	-0.88	0.391	-15.62268	6.394711
Microcrédito	-9.361507	3.123824	-3.00	0.007	-15.89974	-2.823269
Constante	31.27276	6.927737	4.51	0.000	16.77284	45.77268

Los cuales, no permiten determinar la variabilidad en los ingresos de los artesanos dados los productos comercializados, por tal razón no son estadísticamente significativos.

Por otra parte, El tipo de tecnología utilizada en los procesos productivos de los microempresarios del sector artesanal se ha diferenciado entre manual y tecnológica, la segunda incorpora maquinaria en el proceso. El modelo nos presenta que en promedio

los ingresos de las unidades productivas que utilizan tecnología manual es menor en 4,6 millones con respecto a los que utilizan tecnología. Lo cual es un indicador que describe la importancia que lograría tener en cuanto competitividad el buen implemento de tecnología, generando por mayores niveles de productividad y por ende mayores ingresos.

Resulta importante el análisis de la inyección de capital realizada a los establecimientos, vía acceso a microcrédito, debido a que la variable es estadísticamente significativa, pero el signo presentado no es el esperado, se esperaría que los ingresos presentaran una relación directa con el incremento en capital de trabajo, sin embargo la evidencia empírica muestra una relación inversa, este comportamiento se presenta, debido a que los artesanos que adquirieron los microcréditos no realizaron la adquisición de activos fijos para la optimización de sus procesos productivos. Esta afirmación se puede ratificar con el hecho de que los ingresos promedios de las unidades productivas en ambas temporadas son inferiores para las unidades productivas que utilizan maquinas que para aquellas que producen de forma manual. Lo que muestra, a su vez logran importancia los procesos de capacitación y orientación a este sector lo cual les permitirá maximizar sus beneficios y por ende, generar mayores alternativas de crecimiento para la ciudad, tal como lo permite leer la tabla 4.

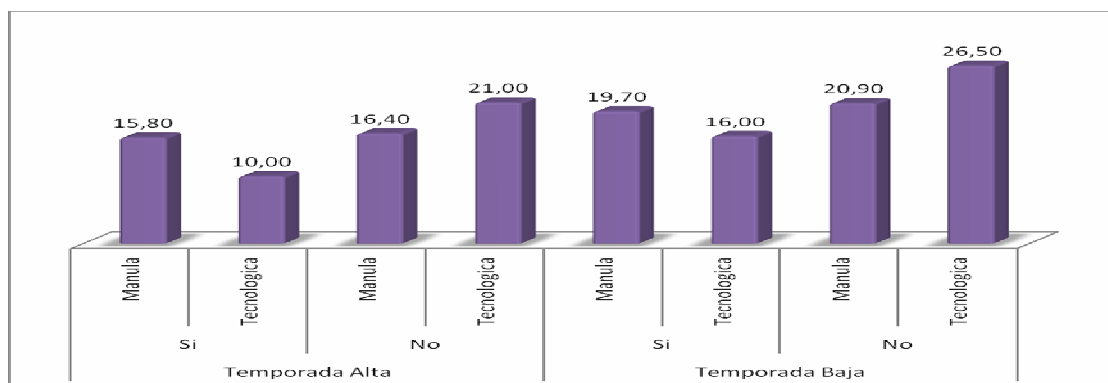
TABLA 4. MODELO

	Acceso a crédito		Promedio de ingresos
Temporada Alta	<b>Si</b>	<b>Producción Manual</b>	<b>15,800,000.00</b>
		<b>Producción Tecnológica</b>	<b>10,000,000.00</b>
	No	Producción Manual	16,400,000.00
		Producción Tecnológica	21,000,000.00
Temporada Baja	<b>Si</b>	<b>Producción Manual</b>	<b>19,700,000.00</b>
		<b>Producción Tecnológica</b>	<b>16,000,000.00</b>
	No	Producción Manual	20,900,000.00
		Producción Tecnológica	26,500,000.00

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)



GRAFICO.48 MODELO



FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

✓ CON CADENAS PRODUCTIVAS, EL SECTOR ARTESANAL AFRONTARÁ EL TLC

Fernández (2008); plantea el espacio que ganarían la artesanía nacional en el Tratado de Libre Comercio, y que este depende en buena parte que los artesanos puedan tener productos con identidad, innovadores, y competitivos en calidad y precio y con adecuada oferta en volumen.

No obstante, el sector artesanal en Colombia es uno de los sectores que tienen mayor proyección internacional por tener productos representativos de la cultura colombiana, los cuales se determinan, no sólo por su valor cultural sino por la calidad y alto grado de innovación y diferenciación. Por eso, Artesanías de Colombia insiste ante el Gobierno Nacional en la necesidad de hacerle frente al TLC con la inclusión del sector en la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad.

El desarrollo de doce cadenas productivas del sector artesanal que se consideran que para lograr productos competitivos hay que tener en cuenta aspectos como la preservación y procesamiento de materias primas, acceso directo a canales de distribución, especialización de mano de obra, gestión empresarial, asociatividad, mercadeo y comercialización, entre otras.

En la mesa de negociación, uno de los puntos fundamentales es el de Propiedad Intelectual. Al respecto, la Gerente de Artesanías dijo que han estado trabajando conjuntamente con el Ministerio de Comercio en el desarrollo de marcas de certificación y marcas colectivas que permitan proteger los productos artesanales colombianos. Así mismo, se han adelantado talleres de capacitación, con el fin de asesorar a los artesanos sobre el manejo de marcas y sus beneficios.

"La negociación podrá tener efectos positivos, siempre y cuando las políticas de desarrollo del sector continúen evolucionando hacia la competitividad del producto, para lo cual será determinante manejar estándares de calidad muy altos y, para algunos productos, precios muy por debajo de los actuales y volumen de producción. Para otros, se requiere ubicar nichos de mercado para productos exclusivos en Estados Unidos", precisó.

Duque también insistió en que el éxito, según ella, dependerá en buena parte del apoyo que el Estado le brinde al sector y, muy especialmente, de la mentalidad y actitud empresarial que desarrollen los artesanos y apliquen al propósito de lograr productos innovadores, competitivos en calidad y precio y con capacidad de oferta en volumen

#### 4. CONCLUSIONES

A través del estudio y análisis realizado sobre el desempeño de las microempresas artesanales en cuanto a su productividad, utilización de mano de obra, organización, legalización y pago de impuestos y papel frente al desarrollo productivo de la ciudad durante el periodo 2000 al 2009 en la ciudad de Santa Marta, muestra las siguientes conclusiones sobre los objetivos planteados.

El crecimiento y el desempeño de las microempresas artesanales durante todos los años de estudio encuentra una variable determinante que es las temporadas turísticas, lo que se refleja con su incrementos en ventas, lo que ha generado que el sector haya crecido en número durante estos últimos años gracias a que los individuos han visto en este una alternativa laboral, es importante mencionar que la productividad del sector se encuentra íntimamente relacionada con la elaboración a manual y la poca tecnología de sus productos, lo que le da la categoría cultural y de arte que le imprime cada artesano, se puede decir entonces que son proceso tradicionales que si bien le dan ese estatus de artesanía, impide generar mayores volúmenes de producción a un menor costo, pero en mucho de los casos le dan un valor agregado como el de la exclusividad.

En cuanto la organización más destacada en el sector es una actividad independiente, que se desarrolla con altos niveles de informalidad y que pese a los incrementos que han tenido la microempresas que se han formalizado para el 2009, aun existe un amplio camino por recorrer; las empresas formales en el periodo de estudio ha demostrado un crecimiento en el numero de activos y el número de empleos generados, favoreciendo la dinámica del sector y convirtiéndose en una alternativa que debe impulsarse, para mejorar el desarrollo.

El sector artesanal se desarrolla con un alto número de productores y comercializadores, como una actividad tradicional que tiene microempresarios de hace 35 años, las cuales se encuentran ubicadas en locales o lugares arrendados aunque existe gran predominio de los vendedores ambulante, siendo esto una factor agravante para el eficiente desarrollo de esta acidad, sin embargo, el mejor mes del año, el cual

reporta mayores niveles de inversión por los microempresarios son enero-diciembre, junio-julio y semana santa, los cuales son considerados temporada altas, donde se generan mayores ingresos por ventas y por ende mayor productividad.

Por otra parte, lo que más producen y comercializan los microempresario son accesorios, seguido de objetos decorativos o recordatorios, y utilizan una gran variedad de materiales naturales entre los más predominantes esta, piedras Tayrona, jabón y caliza, la madera y la arcilla, según los encuestado existe muy poca escases de materia prima es más bien es abundante, solo productos como caracol, algunos hilos y semillas escasean por épocas.

El sector manejado con los estándares de crecimiento, capacitación y reconocimiento brindaría base solidas para el desarrollo productivo de la ciudad, lo cual se encuentra en proceso. En cuanto, el acceso al crédito de las microempresas que constituyen el sector artesanal de Santa Marta, éste es muy reducido o casi nulo, dado a la aversión al riesgo que tiene esta población y la ausencia de una proyección a largo plazo, hecho que se evidencia en que, sólo van invirtiendo a medida que se agota su mercancía en la misma proporción.

Resulta relevante mencionar que, el mayor número de créditos se realizaron en el 2009, a través de entidades como el Banco de la Mujer y Banca Mía, micro-financieras que han surgido a lo largo y ancho del país atendiendo principalmente al sector de las micro o pequeñas empresas.

El impacto que generan las microempresas artesanales, en cuanto al mercado laboral es positivo, pese a su grado de informalidad y a que el mayor número de empleos se genera principalmente en temporada alta (meses de mayor afluencia turística). No obstante el sector brinda oportunidades de empleo a personas jóvenes pero no de manera constante

La mayoría de unidades de negocio genera un solo empleo al año, durante la temporada alta, remunerándoles de forma diaria que constituye al mes el valor de más

de un salario mínimo, que en últimas evade las prestaciones sociales. No obstante, las microempresas artesanales es uno de los sectores que si bien no genera empleos fijos ayuda a solventar por temporada las demandas laborales del Distrito.

Las microempresas del sector artesanal de la ciudad de Santa Marta, ponen en manifiesto que no llevan ningún tipo de contabilidad, que les permita organizar sus volúmenes de compra, venta y gastos, imposibilitando realizar una valoración financiera de la actividad, lo que es un factor agravante a la hora de medir sus aportes a la base presupuestal ya que en la mayoría ocasiones desconocen realizar el pago de algún tipo de impuesto.

Se evidencia entonces, que la poca formalización de los procesos administrativos se ven representado en que una gran proporción, de estos microempresarios, no manejan ningún tipo de factura donde puedan grabar el IVA, el cual escasamente ellos pagan por alguno de los artículos necesarios para su negocio.

Las temporadas turística año a año, han sido un factor determinante para el este sector, debido a que sus clientes potenciales llegan en mayor proporción durante las llamadas temporadas altas.

Se pudo constatar por medio de la investigación que el incremento en ventas, durante la temporada alta (diciembre, enero, junio, julio, semana santa), es mayor al 50% comparado con el resto de meses; en donde los microempresarios establecieron como mejor año el 2009, al estar acompañado además de la vocación turística de la ciudad, por la llegada de cruceros.

Tomando en cuenta algunos de los señalamientos realizados en el documento, se establecen de forma puntual las siguientes recomendaciones:

## RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta algunos de los señalamientos realizadas en el documento, se establecen las siguientes recomendaciones

SECTOR ARTESAL	GOBIERNO	ACADEMIA
<p>Las microempresas del sector artesanal de la ciudad de Santa Marta debe fortalecer las asociaciones haciendo partes de cadena de productivas u organización; teniendo en cuenta que la consolidación del sector artesanal está estrechamente vinculada con las actividades de comercialización y posicionamiento del producto artesanal.</p> <p>Debe además, preocuparse por establecer planes de negocios, contabilidad, comercio, e idiomas y crear estrategias que le permitan el fortalecimiento a los proveedores, a su vez ser más productivos y competitivos (buscado técnicas de producción a mayor escala y menores costos)</p>	<p>El sector artesanal en Santa Marta es una actividad olvidada a la cual se le ha restado importancia pese a la gran connotación tradicional, cultural e histórica que le caracteriza y al gran incidencia que tiene sobre la vocación turística de la ciudad; es por esto, que se cree oportuno que las instituciones gubernamentales emprendan acciones para diagnosticar el número de unidades productivas, conocer sus fortaleza e incluirlas dentro de los programas turísticos de la ciudad, a través de capacitaciones y mejoramiento de sus sitios de trabajo, que les permita estimular la diversificación de la producción y la organización de los productores para facilitar su reconocimiento gremial; en donde el sector artesanal en la ciudad se pueda posesionarse a lado de otros sectores. Conformación de grupos de cooperación entre empresas para atender grandes mercados o resolver problemas de abastecimiento</p>	<p>Es necesario que, en aras de mejorar la productividad del sector, se involucre a el SENA y a Colciencias), para lograr mejorar la tecnología de la producción, sin perder la identidad de los productos y el alto valor agregado de creatividad y mano de obra, lo que daría como resultado mayor competitividad y un incremento en los márgenes de retribución al trabajo del arte.</p> <p>Del mismo modo las universidades de Santa Marta a través de su reconocimiento y trayectoria en formación son pues un soporte importante en todo este proceso.</p> <p>Establecer también, portales de internet para ofrece productos en varios idiomas. Preparar a las pequeñas empresas para la subcontratación, a partir de la desagregación tecnológica.</p>
<p>Es tiempo que los microempresarios de este sector en la ciudad, busquen y generen estrategias que les permitan tener mayores estándares de producción y mayores niveles de ingresos, siendo los fondos de promoción y los microcréditos una alternativa eficiente que dará como resultado mayores inversiones, que si se acompañan de buenas decisiones tendrá como resultado mayor estabilidad en temporadas bajas que les permitan ser más competitivos y obtener mayores</p>	<p>Las entidades gubernamentales deben apropiarse de los instrumentos orientados al apoyo financiero para la creación y fortalecimiento de las microempresa artesanales de la ciudad, como también a través del crédito de fomento el cual está acompañado de líneas de redescuento dirigidas al sector las microempresas.</p> <p>Así mismo, establecerse un sistema de garantías para mejorar el acceso al crédito bancario y facilitar a los empresarios el cumplimiento de algunos de los requisitos exigidos por el sistema</p>	<p>La academia tiene la misión de formarlos a través de programas emprendimientos y capacitación en cuanto las ventajas de acceder a programas de fomento y créditos, los cuales permiten fortalecer su negocio a través de la toman decisiones optimas (Mejoras tecnológicas, estrategias de márketing, educación entre otros).</p>

ganancias.	<p>financiero.</p> <p>Es también misión de la autoridades gubernamentales brindar los instrumentos necesario que permitan la disminución de los costos de transacción para generar mayor o oportunidad a que los microempresarios artesanales de acceder a créditos.</p>	
<p>Es necesario que el sector artesanal logre establecer empleos fijos acompañado de estrategias que fomenten mayores niveles de productividad, lo cual permita dinamizar sus empresas a la vez de ser más competitivos.</p> <p>Es importante que a su vez tengan en claro que la generación de nuevos empleos con los parámetros de la ley le permitirá oxigenar su negocio, atender mejor y más eficientemente a sus clientes.</p>	<p>En cuanto a generación de empleos el gobierno debe establecer herramientas de apoyo a las microempresas artesanales para que generen empleos fijos; a su vez, a traer mayor número de turistas durante todo el año debido que cuando hay afluencia de turistas los estos microempresarios artesanales de la ciudad contratan empleados.</p> <p>No obstante es prioritario también que la autoridades gubernamentales inviertan en mejorar los niveles de educación de estos microempresarios, para generando de este modo personas competitividad es decir un personal más cualificados por ende más productivos y con mayor proyección.</p>	<p>A través de la academia y el SENA deben capacitar y crear vínculos entre la escuela-empresa en aspectos técnico y brindar acreditación de competencias Laborales</p> <p>Conformar un centro de desarrollo artesanal que consolide la formación de artesanos, su organización y el mejoramiento de competitividad, así como capacitar a su capital humano establece una escuela de artes y oficios por fomentar artesanos trayendo como consecuencia mano de obra más cualificada.</p>
<p>Los microempresarios del sector artesanal deben tomar conciencia de la importancia de formalizarse; así como, la necesidad de organizarse administrativamente lo cual le permitirá que genere mayor ingresos y aportar al crecimiento de la Ciudad.</p>	<p>Uno de los temas esenciales que se debe tener presente los actores del gobierno de Santa Marta es la importancia del desarrollo empresarial el cual es brindando a través de la formalidad debido a que la informalidad reduce la productividad y la competitividad y distorsiona la repartición de las cargas entre los empresarios en sus aportes a la financiación de los sistemas de seguridad social, por ende se deben generar instrumento propicio para que esta microempresas se registren en cámara de comercio</p>	<p>la academia cumple un papel de terminante en la formalización de estos microempresarios, es por tal motivo que debe brindar asesorías para que estos microempresarios logren entender la importancia que es ingresar a la formalidad, del mismo modo que orientarles de la gran importancia de llevar registros contables pagar los impuesto.</p>
<p>Los microempresarios de este sector debe buscar alternativas para integrarse a</p>	<p>Del mismo modo las entidades gubernamentales deben establecer alianzas entre el sector</p>	<p>Desarrollar estrategias de apoyo y fomento de la vinculación universidad-empresa, estímulo a la</p>

<p>todos los procesos de desarrollo turístico que se viene adelantando en la ciudad debido a la suma de importancia que tiene el eficiente desarrollo de este sector principalmente en temporadas turísticas, influyendo en sus mayores niveles de ventas</p>	<p>artesanal, las instituciones de promoción turística para que se brinden alternativas de desarrollo y crecimiento económico para la ciudad.</p>	<p>microempresas artesanales a través de ferias que permitan a los turistas de una manera organizada llevarse parte de la cultura e historia samaria.</p>
---	---	---



## BIBLIOGRAFÍA

Artesanías de Colombia S.A. Información disponible en <http://www.artesantiasdecolombia.gov.co:8080/index.jsp>

Aguilera, M., & Bernal, C. &. (Noviembre de 2006). *Documentnto de trabajo sobre la reiginal turismo y desarrol en el caribe Colombiano*. Recuperado el 30 de abril de 2010, de <http://www.banrp.gov.co/docuemento/publicaciones/regional/documentos/dtser-79.pdf>

Congreso de Colombia. (Agosto de 2004). *Ley 905 de 2004*. Obtenido de [http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8DCDB7D4-FABE-42DA-BD74-00F7C40AD9D0/0/Ley905\\_2004\\_MIPYMES.pdf](http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8DCDB7D4-FABE-42DA-BD74-00F7C40AD9D0/0/Ley905_2004_MIPYMES.pdf)

Coraggio (1994). *Economía popular y alternativa*. Recuperado el 13 de Febrero de 2010, de [http://www.coraggioeconomia.org/jlc\\_pubñidcaciones\\_ep.htm](http://www.coraggioeconomia.org/jlc_pubñidcaciones_ep.htm)

DANE (2005). Octubre 5 de 2007. Innovación y desarrollo tecnológico en la industria manufacturera colombiana 2003 – 2004, URL

Delgado, W., & Parra, E. (2008). Caracterización de las microempresas de punta universal del estado de Colombia informe fianal. Bogotá.

Duque, C. (s.f.). Caracterización socioeconómica del sector artesanal colombiano Recuperado el 27 abril de 2008, de <http://www.artesantiasdecolombia.com> www.artesantiasdecolombia.com

Fernández, A. (s.f.). Con cadenas productivas, el sector artesanal afrontará el TLC. Recuperado 27 abril de 2008, de [http://www.portafolio.com.co/hist\\_imp/porta\\_secc/porta\\_econ/2005-03-16/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-2010288.html](http://www.portafolio.com.co/hist_imp/porta_secc/porta_econ/2005-03-16/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-2010288.html)

Galan. (2007). El impacto comunicacional en las unidades productivas del sector artesanal . Bogotá.

Hernandez (2010) A. (s.f.). Programa de educacion continua Arquitectura y diseño. Recuperado el 21 de 03 de 2010, de [http://recursotic.javeriana.edu.co/atico/pruebas/arquidiserio/imagenes/prog\\_diseño\\_artesania.pdeg](http://recursotic.javeriana.edu.co/atico/pruebas/arquidiserio/imagenes/prog_diseño_artesania.pdeg)

Ministerio de Comercio, Indurtria y turismo Viceministerio de Turismo y Artesanos de Colombia. (15 de Septiembre de 2009). Política de turismo y artesanías: iniciativa conjunta para el impulso de la promoción y el patrimonio artesanal y el turismo colombiano; *documento de política*. Recuperado el 30 de abril de 2010, de <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Publicaciones/PoliticaTurismoArtesanias2009.pdf>

Negrette, A. M. (2007). *Características de los sistemas de producción artesanal en áreas en las zonas rural y urbana del municipio de Montería departamento de Córdoba*. Bogotá.

Panama, V. d. (2008). *Actualizaciones de la agenda exportable, Sector Artesanías*.

Planeación, D. N. (2007). *Agenda Interna para la Productividad y Competitividad documento regional, Magdalena*. Bogotá.

Plata, G. (2008). *III Foro nacional de las microempresas*. Bogotá.

Puil, S. (2003). *Cultura, Turismo y Artesanía*. Recuperado el 15 de Febrero de 2010, de <http://www.yorku.ca/hdrnet/images/uploaded/Cultura,%20Turismo%20Ficha%2017.pdf>

Quiñones, A., & Castro, I. (2003). *Reflexiones en torno a la artesanía y el diseño en Colombia* (Vol. I). Bogotá: Centro Editorial Javeriano.

Rentería, C. (2007). *Agenda Interna para la Productividad y Competitividad; documento Regional Magdalena*. Bogotá: DNP.

Sela. (1980). *El artesano, monografía horizontal*. . Panama.

Vencatachellum. (1998). *Prioridades de un programa Nacional de Artesanías, dirección unidad de artesanías y diseño. División y creatividad, industria culturales* .

# ANEXO



ENCUESTAS UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

PROGRAMA ECONOMIA

CRECIMIENTO MICRO EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA DEL SECTOR ARTESANAL EN EL PERIODO  
2000 – 2009

Esta encuesta es de tipo académico a dirigida a micro empresarios artesanales legalmente constituidos de la ciudad de Santa Marta; no tiene ningún fin de ser utilizada por la competencia. Le agradecemos sus colaboraciones solo le quitaremos pocos minutos de su tiempo.

ECUESTADO: \_\_\_\_\_

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL ENCUESTADO

A. ¿Qué género es?  
Hombre \_\_\_ mujer \_\_\_

B. ¿Qué edad tiene? \_\_\_\_\_

C. ¿Cuál es su estado civil?  
Soltero \_\_\_ separa \_\_\_ casado \_\_\_ unión  
libre \_\_\_

2. ACTIVIDAD ECONÓMICA Y NIVEL EDUCATIVO

A. Usted es?

Trabajador independiente \_\_\_ está asociado \_\_\_ empresa  
familiar \_\_\_ otro cual \_\_\_

C. ¿Tiempo que tiene de estar realizando la actividad artesanal?

Años \_\_\_ meses \_\_\_

E. ¿Nivel educativo?

Primario \_\_\_

Secundario \_\_\_

Técnico \_\_\_

Tecnológico \_\_\_

Profesional \_\_\_

posgrado \_\_\_

B. Usted es

Productor y comercializador \_\_\_\_\_

Productor comercializador y mayorista \_\_\_\_\_

Otro ¿cual? \_\_\_\_\_

D. ¿Su local es?

Propio \_\_\_ Arrendado \_\_\_

Familiar \_\_\_ Otro? Cual \_\_\_

f. ¿usted habla ingles? \_\_\_\_\_ ¿Que nivel? \_\_\_\_\_

### 3. CRECIMIENTO MICRO EMPRESARIAL

A. Considera usted que las microempresas artesanales han crecido a partir del 2000?

En numero Si \_\_\_ no \_\_\_

En ventas Si \_\_\_ no \_\_\_

B. ¿Cuál es su volumen de ventas al mes? Cantidad

\_\_\_\_\_

#### a. PRODUCTIVIDAD

A. ¿Qué tipo de productos artesanales vende?

Bolsos, mochilas \_\_\_ ropas, calzado \_\_\_ accesorios \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

B. ¿Qué materiales utiliza \_\_\_\_\_

C. ¿Cuál ha sido el mejor año a partir del 2000 para su negocio? \_\_\_\_\_

A. ¿Qué tipo de productos artesanales vende?

Bolsos, mochilas \_\_\_ ropas, calzado \_\_\_ accesorios \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

B. ¿Qué materiales utiliza \_\_\_\_\_

C. ¿Cuál ha sido el mejor año a partir del 2000 para su negocio? \_\_\_\_\_

D. ¿Sus productos son elaborados con tecnología avanzada o rústicamente? \_\_\_\_\_

C. ¿Cuánta es su inversión en temporada alta \_\_\_\_\_

D. ¿Cuánta es su inversión en temporada baja \_\_\_\_\_

E. ¿Cuánto es su nivel de ingresos en temporada alta? \_\_\_\_\_

F. ¿Cuánta es su inversión en temporada baja? \_\_\_\_\_

B. ¿Sus ventas se han incrementado en los últimos 9 años? si \_\_\_ no \_\_\_

Si ha incrementado en que porcentaje \_\_\_\_\_

Si ha disminuido en que porcentaje \_\_\_\_\_

B. ¿Sus ventas se han incrementado en los últimos 9 años? si \_\_\_ no \_\_\_

Si ha incrementado en que porcentaje \_\_\_\_\_

Si ha disminuido en que porcentaje \_\_\_\_\_

C. Existe escasez de la materia prima que utiliza si \_\_\_ no \_\_\_ cual \_\_\_\_\_

#### D. ACCESO A MICRO CRÉDITOS

B. ¿Ha accedido usted a micro créditos o a programas de apoyo? \_\_\_\_\_

C. Si su respuesta fue si ¿a cuántos? En qué año \_\_\_\_\_  
¿cuales? \_\_\_\_\_

D. A que entidad \_\_\_\_\_

**E. DEMANDA LABORAL**

A. ¿Cuántos empleos genera anual mente durante esto 9 años?

B. ¿Cuál es el salario que paga a sus trabajadores?

Menos del mínimo \_\_\_\_\_

El mínimo \_\_\_\_\_ Masa del mínimo \_\_\_\_\_

C. ¿Cuál es su forma de pago?

Diario \_\_\_\_\_ Semanal \_\_ Quincenal \_\_ mensual \_\_\_\_\_

**F. IMPUESTOS**

A ¿Su empresas está legalmente constituida? \_\_\_\_\_

B. ¿Cuándo realiza ventas cobra a sus clientes IVA?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

C. ¿usted paga IVA en la compra de materiales?

**G. . VENTAS DEL SECTOR ARTESANAL EN TEMPORADAS TURÍSTICAS**

A. ¿cuál es el mejor y peor mes del año para su negocio?

B. ¿Cómo incide la llegada de turistas en sus ventas

Alta \_\_\_\_\_ Baja \_\_\_\_\_

Aumenta \_\_\_\_\_ Disminuye \_\_\_\_\_  
se mantiene igual \_\_\_\_\_

¿En que año a partir del 2000 ha sido el mejor en cuanto a ventas para su negocio gracias a la llegada de turistas? \_\_\_\_\_  
en que porcentaje \_\_\_\_\_

## **ANEXO B ENTREVISTA**



**ENCUESTAS UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA**

### **PROGRAMA ECONOMIA**

#### **CRECIMIENTO MICRO EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA DEL SECTOR ARTESANAL EN EL PERIODO 2000 – 2009**

Esta entrevista es de tipo académico con la finalidad de realizar un análisis del sector artesanal de la ciudad de Santa Marta; no tiene ningún fin de ser utilizada por la competencia. Le agradecemos sus colaboraciones solo le quitaremos pocos minutos de su tiempo.

¿Cuál es su nombre?

¿Cargo dentro de la asociación?

¿Tiempo que lleva en este cargo?

¿Cuántas personas conforman esta asociación?

¿Llevan algún tipo de registro de cuanto ha sido el incremento de asociados en los últimos 9 años?

¿Cómo ve el sector artesanal en la ciudad?

¿Considera que esta actividad ha crecido en número y en ventas reflejada por los incrementos de nuevos asociados?

¿Qué tan productivos son los procesos utilizados para la producción y comercialización de artesanías realizados por los artesanos?

¿Por qué existe ausencia de registros contables en los microempresarios artesanales?

¿Cuál es la relación gobierno sector artesanal?

¿Por qué esta actividad se caracteriza por la informalidad?

¿Cuál es el aporte o como se evidencia este a la base presupuestal del distrito?

¿Este sector genera empleos? ¿Por que utilizan el pago diario?

¿Que concepto tienen los microempresarios de acceso a microcréditos?

¿Qué importancia para usted tiene la formalización del sector?

¿La elaboración de tecnología que permita producir a mayor escala, le quita la esencia a la artesanal?

¿Sus asociados utilizan tecnología?

¿Considera que la vocación turística de santa marta es un factor positivo para la actividad artesanal?



## ANEXO C. TABULACIÓN DE LOS DATOS RECOLECTADOS EN LA INVESTIGACIÓN

TABLA 1. Genero de los microempresarios encuestados

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Femenino	45	53%
2	Masculino	40	47%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Jenny Guerra base de datos sector artesanal Santa Marta encuesta 2010

TABLA 2. Diferenciación de género respecto a los ingresos de la actividad artesanal

N	ITEM	N° mujeres	N° hombres	% Mujeres	% Hombres
1	2009	1	5	17%	83%
2	2008	2	4	33%	67%
3	2007	8	4	67%	33%
4	2006	2	5	29%	71%
5	2005	7	2	78%	22%
6	2004	2	1	67%	33%
7	2003	2	4	33%	67%
8	2002	7	1	88%	13%
9	2000	5	3	63%	38%
10	antes del 2000	9	11	45%	55%
	TOTAL	45	40		

FUENTE: Jenny Guerra base de datos sector artesanal Santa Marta encuestas 2010

TABLA 3. Género de los microempresarios del sector artesanal registrados en cámara de comercio 2000-2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Femenino	38	60%
2	Masculino	25	40%
	TOTAL	63	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta 2010

TABLA 4. Género de artesanos por año de registrados en Cámara de Comercio

N	ITEM	N°MUJERES	N°HOMBRES
1	2009	16	19
2	2008	4	3
3	2007	4	1
4	2006	3	0
5	2005	2	1
6	2004	2	1
7	2003	3	0
8	2002	2	0
9	2001	1	0
10	2000	1	0
11	antes del 2000	4	7
	TOTAL	42	32

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta 2010

TABLA 5. Rango de edades de microempresarios del sector artesanal encuestados

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	19 - 25	21	25%
8	26 - 31	22	26%
14	32 - 38	16	19%
20	40 - 45	10	12%
25	46 - 52	9	11%
30	53 - 66	7	8%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 6. Estado civil de los microempresarios artesanales de Santa Marta

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Soltero	29	34%
2	Casado	19	22%
3	Separado	11	13%
4	Unión libre	26	31%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 7. Distribución de los microempresarios del sector artesanal según su estado civil

N	ITEM	%Soltero	% Casado	% Separado	% Unión libre
1	2009	43%	43%	0%	14%
2	2008	33%	33%	0%	33%
3	2007	40%	30%	30%	30%
4	2006	40%	20%	40%	40%
5	2005	29%	43%	14%	29%
6	2004	100%	0%	0%	0%
7	2003	25%	25%	50%	50%
8	2002	43%	14%	0%	43%
9	2000	63%	13%	0%	25%
10	antes del 2000	24%	29%	18%	47%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 8 Nivel de educación de los microempresarios del sector artesanal de Santa Marta

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Primaria	25	29%
2	Secundaria	43	51%
3	Técnico	8	9%
4	Tecnólogo	5	6%
5	Profesional	4	5%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 9. Porcentaje de microempresarios del sector artesanal según su nivel de educación 2000- 2009

N	ITEM	% Primaria	% Secundaria	% Técnico	%Tecnólogo	% Profesional
1	2009	20%	40%	20%	0%	20%
2	2008	0%	50%	25%	25%	0%
3	2007	11%	78%	11%	0%	0%
4	2006	50%	42%	0%	0%	8%
5	2005	0%	73%	9%	9%	9%
6	2004	0%	33%	33%	33%	0%
7	2003	33%	50%	17%	0%	0%
8	2002	57%	14%	14%	14%	0%
9	2000	25%	50%	13%	0%	13%
10	antes del 2000	45%	50%	0%	5%	0%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Tabla 10. Porcentaje de microempresarios artesanales encuestados que hablan ingles

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	No habla ingles	73	86%
	Si habla ingles	12	14%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Tabla 11. Tipo de organización del sector artesanal

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	independiente	81	95%
2	asociado	2	2%
3	familiar	2	2%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 12 Porcentaje de artesanos según su actividad relacionado con el año de ingreso al sector

N	ITEM	% independiente	% asociado	% familiar
1	2009	86%	0%	14%
2	2008	100%	0%	0%
3	2007	92%	8%	0%
4	2006	100%	0%	0%
5	2005	88%	13%	0%
6	2004	100%	0%	0%
7	2003	83%	0%	17%
8	2002	100%	0%	0%
9	2000	100%	0%	0%
10	antes del 2000	100%	0%	0%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 13 Actividades de las microempresas del sector artesanal

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Produce y Comercializa	59	69%
2	Comercializa	7	8%
3	Produce	12	14%
4	produce comercializa y es mayorista	7	8%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 14 Actividad del sector relacionado con su año de ingreso a la actividad

N	ITEM	% Produce y Comercializa	% Comercializa	% Produce	% produce comercializa y es mayorista
1	2009	57%	14%	14%	14%
2	2008	100%	0%	0%	0%
3	2007	69%	8%	15%	8%
4	2006	71%	14%	0%	14%
5	2005	75%	13%	13%	0%
6	2004	100%	0%	0%	0%
7	2003	50%	17%	17%	17%
8	2002	57%	0%	43%	0%
9	2000	75%	0%	25%	0%
10	antes del 2000	65%	10%	10%	15%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 15 Tiempo de realizar la actividad artesanal

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	2009	7	8%
2	2008	6	7%
3	2007	13	15%
4	2006	7	8%
5	2005	8	9%
6	2004	3	4%
7	2003	6	7%
8	2002	7	8%
9	2000	8	9%
10	antes del 2000	20	24%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 16 Tiempo, registro de las microempresas artesanales en Santa Marta 2000- 2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	10 años	1	2%
2	9 años	1	2%
3	8 años	2	3%
4	7 años	3	5%
5	6 años	3	5%
6	5 años	3	5%



7	4 años	3	5%
8	3 años	5	8%
9	2 años	7	11%
10	1 años	35	56%
	TOTAL	63	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 17 Lugar en donde se desarrollo de la actividad

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Propia	5	6%
2	Arrendada	61	72%
3	Calle con permiso	5	6%
4	Calle sin permiso	14	16%
5	otra	0	0%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 18 Microempresas artesanales encuestadas con o sin cámara de comercio

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Con cámara	30	35%
2	sin cámara de comercio	55	65%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 19. Empresas registradas en cámara de comercio 2000- 2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	2000	1	2%
2	2001	1	2%
3	2002	2	3%
4	2003	3	5%
5	2004	3	5%
6	2005	3	5%
7	2006	3	5%
8	2007	5	8%
9	2008	7	11%
10	2009	35	56%
	TOTAL	63	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

Tabla. 20 Porcentaje de microempresarios del sector que han renovado su matricula

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	antes del 2000 hasta el 2009	74	90%
2	a lo corrido del 2010	8	10%
	TOTAL	82	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA. 21 Crecimiento del sector artesanal en número y en ventas

**Crecimientos de la microempresas en numero**

**Crecimiento de la microempresa en ventas**

N	ITEM	FRECUENCIA	%
1	Si	44	52%
2	No	41	48%
	TOTAL	85	100%

N	ITEM	FRECUENCIA	%
1	Si	44	52%
2	No	41	48%
	TOTAL	85	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 22 Crecimiento del sector en número microempresas 2000-2009

N	ITEM	% Si	% No
1	2009	100%	0%
2	2008	100%	0%
3	2007	92%	8%
4	2006	86%	14%
5	2005	100%	0%
6	2004	100%	0%
7	2003	100%	0%
8	2002	100%	0%
9	2000	63%	38%
10	antes del 2000	95%	5%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Tabla 23 Crecimiento del sector en ventas microempresas 2000-2009

N	ITEM	% si	% no
1	2009	86%	0%
2	2008	67%	50%
3	2007	46%	54%
4	2006	43%	57%
5	2005	13%	88%
6	2004	67%	33%
7	2003	50%	50%
8	2002	43%	57%
9	2000	50%	50%
10	antes del 2000	60%	40%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

Tabla 24 Crecimiento por microempresas registradas 2000- 2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	2000	1	2%
2	2001	1	2%
3	2002	2	3%
4	2003	3	5%
5	2004	3	5%
6	2005	3	5%
7	2006	3	5%
8	2007	5	8%
9	2008	7	11%

10	2009	35	56%
	TOTAL	63	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 25 Inversión de los microempresarios artesanales por temporada

Inversión por la temporada alta

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	2 millones a 5 millones	29	34%
2	6 millones a 9 millones	27	32%
3	10 millones a 15 millones	21	25%
4	18 millones a 34 millones	8	9%
	TOTAL	85	100%

Inversión por la temporada baja

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	100.000 a 2.000.000	37	44%
2	2 100.000 a 6.000.000	38	45%
3	6.100.000 a 10.000.000	10	12%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 26 Ingresos de los microempresarios artesanales por temporada

Ingreso por la temporada alta				Ingreso por la temporada baja			
N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE	N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	1.500.000 a 10.000.000	30	35%	1	200.000 a 4.000.000	25	29%
2	10.500.00 a 16.000.000	27	32%	2	4.050.000 a 7.000.000	25	29%
3	17.000.000 a 40.000.000	25	29%	3	7.500.000 a 15.000.000	28	33%
4	41.000.000 a 45.000.000	3	4%	4	16.000.000 a 17.000.000	7	8%
	TOTAL	85	100%		TOTAL	85	

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 27 Total de activos de las microempresas artesanales legalmente constituidas

N	ITEM	Activos	PORCENTAJE
1	2000-2009	61,773,000.00	63%
2	Antes del 2000	36,610,000.00	37%
	TOTAL	98,383,000.00	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 28 Listado de activos de las microempresas artesanales legalmente constituidas

N	ITEM	Activos	Nº DE EMPRESAS
Ta	del 2000 al 2009	310,000.00	1
2	del 2000 al 2009	380,000.00	1
3	del 2000 al 2009	450,000.00	1
4	del 2000 al 2009	460,000.00	2
5	del 2000 al 2009	500,000.00	7
6	del 2000 al 2009	510,000.00	2
7	del 2000 al 2009	550,000.00	1
8	del 2000 al 2009	580,000.00	1
9	del 2000 al 2009	600,000.00	2
10	del 2000 al 2009	620,000.00	2
11	del 2000 al 2009	630,000.00	1
12	del 2000 al 2009	700,000.00	5
13	del 2000 al 2009	750,000.00	1
14	del 2000 al 2009	800,000.00	4
15	del 2000 al 2009	850,000.00	1

16	del 2000 al 2009	900,000.00	4
17	del 2000 al 2009	950,000.00	1
18	del 2000 al 2009	993,000.00	1
19	del 2000 al 2009	1,000,000.00	4
20	del 2000 al 2009	1,010,000.00	1
21	del 2000 al 2009	1,050,000.00	1
22	del 2000 al 2009	1,100,000.00	2
23	del 2000 al 2009	1,200,000.00	2
24	del 2000 al 2009	1,300,000.00	1
25	del 2000 al 2009	1,450,000.00	2
26	del 2000 al 2009	1,500,000.00	1
27	del 2000 al 2009	2,000,000.00	1
28	del 2000 al 2009	2,000,000.00	3
29	del 2000 al 2009	2,020,000.00	1
30	del 2000 al 2009	2,500,000.00	1
31	del 2000 al 2009	3,000,000.00	1
32	del 2000 al 2009		1



		3,330,000.00	
33	del 2000 al 2009	6,730,000.00	1
34	del 2000 al 2009	8,000,000.00	1
35	del 2000 al 2009	11,050,000.00	1
36	Antes del 2000 Total	36,610,000.00	11
	TOTAL	98,383,000.00	74

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 29 Incremento de las ventas del 2000 al 2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	45	53%
2	NO	40	47%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 30 Porcentaje establecido por el numero de encuestados del incremento en ventas 2000-2009

N	PORCENTAJE	FRECUENCIA
1	10%	3
2	15%	2
3	20%	8
4	25%	2
5	30%	1
6	35%	2
7	40%	1
8	50%	13

9	60%	7
10	70%	4
11	80%	2
12	90%	1
13	100%	1
14	0	38
	TOTAL	85

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 31 Porcentaje establecido por el numero de encuestados de la disminución en ventas 2000-2009

N	PORCENTAJE	FRECUENCIA
1	20%	6
2	30%	10
3	35%	1
4	40%	7
5	45%	1
6	50%	8
7	60%	3
8	70%	1
9	80%	4
10	0%	44
	TOTAL	85

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 32 Mejor año en ventas el sector artesanal

N	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	2000	5	6%
2	2002	1	1%
3	2003	2	2%
4	2004	1	1%
5	2005	5	6%
6	2006	8	9%
7	2007	12	14%
8	2008	12	14%
9	2009	27	32%
10	200-2007	1	1%
11	2001-2003	1	1%
12	2003-2006	1	1%
13	2003-2009	1	1%
14	2004-2005	2	2%
15	2005-2008	2	2%
16	2006-2007	2	2%
17	2006-2009	2	2%
	<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 34 registros de ventas y producción

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	Con registro	2	2%
	Sin registro	83	98%

	TOTAL	85	100%
--	-------	----	------

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 36 Porcentaje de artículos que venden la microempresas artesanales

N	ITEM	Producen	NO Producen
1	Bolsos	65%	35%
2	Accesorio	96%	4%
3	Para decorar	85%	15%
4	Ropa	49%	51%
5	Calzado	45%	55%
6	Sombreros	47%	53%
7	Mochilas	52%	48%
8	Otros	61%	39%
	TOTAL	85	

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 38. Porcentajes de Materiales utilizado por los microempresarios del sector artesanal

N	ITEM	Utiliza	No Utiliza
1	pedras Tayrona y caliza jabon	95%	5%
2	madera	78%	22%
3	caña flecha	69%	31%
4	coco	68%	32%
5	nácar	67%	33%
6	arcilla	73%	27%
7	concha	78%	22%
8	Otros	94%	6%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 39 Escases de Materia prima

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	21	25%
2	No	64	75%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 40. Oficios de las microempresa artesanales legalizadas

ELABORACION, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS EN CUE
VENTA DE ARTESANIAS EN GENERAL
ARTESANIAS ELABORADAS EN PLATA, NACAR, PIEDRAS Y METALES EN GENE-
ARTESANIAS ELABORADAS EN METAL, NACAR, PIEDRAS SEMIPRECIOSAS
VENTA DE ROPA Y CALZADO. VENTA DE ELECTRODOMESTICOS. VENTA DE CAC
EXPORTACION DE ARTESANIAS, FRUTAS Y DE CAFE Y OTROS PRODUCTOS.
PRODUCCION Y VENTAS DE ARTESANIAS.
COMERCIO MINORITARIO DE ARTESANIAS, VENTA DE ADORNOS EN GENERAL, E
COMPRA Y VENTA DE ARTESANIAS DE FABRICACION NACIONAL VENTA DE RO
VENTAS DE ARTESANIAS Y ROPA INDU.
VENTA DE IMPLEMENTO ARTESANAL.
COMERCIO DE BOLSOS, SOMBREROS Y BILLETERAS FABRICADAS EN

CAÑA FLE
COMPRA Y VENTA DE ARTESANIAS NACIONAL.
Comercio de artesanias.
COMERCIALIZACION Y ELABORACION DE TODO TIPO DE ARTESANIAS.
COMPRA DE PRODUCTOS NATURALES. CONSULTORIO MEDICO TRATAMIENTO DEE
COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES MEDICINALES Y ARTESANIAS
DISTRIBUCION Y VENTA DE PRODUCTOS NATURALES Y PERFUMERIA ESOTERI-
COMERCIO AL POR MENOR DE MEDICINA NATURAL, HOMEOPATICA Y ESTETICA
COMERCIO AL POR MENOR DE MEDICINA NATURAL.
VENTA DE PRODUCTOS NATURALES.
COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES Y SIMILARES CONSULTO
ARTESANIAS ARTE Y REPRODUCCION DE PRECOLOMBINOS Y VARIOS.
VENTA DE ARTESANIAS.
FABRICACION COMERCIALIZACION Y EXPORTACION DE ARTESANIAS EN GENER
VENTA DE TODA CLASE DE ARTICULOS ARTESANALES EN GENERAL.
ARTESANIAS Y OTROS
VENTA DE ARTICULOS DE NAVIDAD VENTA DE ARTICULOS PINATERIA VENT
COMERCIO AL POR MENOR DE COFRES, ESTUCHES, ADORNOS DE MADERA Y AR
VENTA DE ARTESANIAS.
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTESANIAS
VENTA DE ARTESANIAS EN GENERAL

ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS
COMERCIALIZAR SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES A TERCEROSVENTA DET
VENTA DE CERAMICA Y VENTA DE MATERIALES PARA MANUALIDADES.
ELABORACION DE ARTESANIAS.
VENTA DE ARTESANIAS.
VENTA DE ARTESANIAS Y PELUCHES
VENTA DE TODO TIPO DE ARTICULOS EN MADERA.
VENTA DE VARIEDADES Y ACCESORIOS PARA EL HOGAR.
FABRICACION Y VENTA DE ARTESANIAS
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTESANIAS, BOLSOS, MOCHILAS, HAMACAS, T
COMERCIO AL POR MENOR DE TODO TIPO DE ARTESANIAS
COMERCIO AL POR MENOR DE TODO TIPO DE ARTESANIAS
FABRICACIÒN Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS
FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS
VENTA DE ARTESANIAS, FABRICACION Y VENTA DE CAMISAS Y CAMISETAS A
VENTA AL POR MAYOR Y AL DETAL DE ARTESANIAS, ELABORACION DE ARTE-
ELABORACION Y VENTA DE ARTESANIAS Y MANUALIDADES
COMERCIO AL POR MENOR DE COFRES, ESTUCHES, ADORNOS DE MADERA Y
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTESANIAS Y PLATERIA
ELABORACION Y VENTA DE TODO TIPO DE ARTESANIAS.
ELABORACION Y VENTA DE ARTESANIAS, BIJOUTERIA, BOLSOS, ACCESORIOS
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTESANIAS.

ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS
ELABORACION, COMPRA Y VENTA DE ARTESANIAS
ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS.
FABRICACION, COMERCIALIZACION Y EXPORTACION DE ARTESANIAS.
COMPRA Y VENTA DE ROPA, CALZADO Y ARTESANIAS.
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTESANIAS, JUGOS NATURALES, ALMUERZOS
COMERCIO AL POR MENOR DE TODO TIPO DE ARTESANIAS.
COMERCIO AL POR MENOR FANTASIAS, DETALLES Y VARIEDADES.
ELABORACION, COMPRA Y VENTA DE ARTESANIAS.
COMERCIO AL POR MENOR DE ARTESANIAS Y VARIEDADES.
VENTA DE ARTESANIAS, MOCHILAS Y VARIEDADES
ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS.
ELABORACION, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS.
ELABORACION DE ARTESANIAS Y SU COMERCIALIZACION
VENTA, COMPRA, FABRICACION DE ARTESANIAS Y CACHARRERIA EN GENERAL
ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS.
VENTA DE ARTESANIAS EN GENERAL.
COMERCIALIZACION, FABRICACION O CONSTRUCCION DE PRODUCTOS EN BIE-
ELABORACION DE MOLDES PARA CERAMICA, CAPACITACION EN CERAMICAS, S
MANUFACTURA EN ARTESANIAS Y CERAMICAS

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010



TABLA 41 Técnicas utilizada para elaborar las artesanías 2000-2009

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Manual	74	87%
2	Tecnología	11	13%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 42. Acceso a Micro créditos o programas de Apoyo

**Porcentaje de acceso microcrédito**

**Años de accesos a microcréditos**

N	ITEM	FRECUENCIA	%
1	Si	27	32%
2	No	58	68%
	TOTAL	85	100%

	AÑO	FRECUENCIA	%
1	2000	2	2%
2	2003	1	1%
3	2006	1	1%
4	2007	1	1%
5	2008	6	7%
6	2009	12	14%
7	2010	3	4%
8	2008-2009	1	1%
9	No tiene crédito	58	68%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 43. Entidades a las que accedieron a créditos 2000-2009

N	NOMBRE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	BANCO AGRARIO	3	4%

2	BANCA MIA	7	8%
3	BBUVA	1	1%
4	BANCO BOGOTA	1	1%
5	NINGUNA	58	68%
6	BANCO DEL LA MUJER	10	12%
7	BANCOLOMBIA	3	4%
8	BANCOLOMBIA, BACO DE LA MUJER	1	1%
9	BANCOLOMBIA, BANCO DE LA MUEJER, BANCA MIA	1	1%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 44 Microempresas artesanales que pagan IVA.

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	si paga IVA	31	36%
2	No paga IVA	54	64%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 45 Microempresas artesanales que cobran IVA. a sus clientes

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si cobra IVA	3	4%
2	No cobra IVA	82	96%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 46 Empleos generados en el sector artesanal anualmente

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Auto empleo	26	31%

2	Uno	26	31%
3	Dos	13	15%
4	tres	6	7%
5	cuatro	6	7%
6	cinco	2	2%
7	seis	1	1%
8	ocho	2	2%
9	Diecisiete	2	2%
10	veinte	1	1%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 47 Rango de salarios pagados por los microempresarios artesanales

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	> del min =1	27	32%
2	(+)del min 2	34	40%
3	Auto empleo	24	28%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA. 48 Valor de pagos por mes a los empleados del sector artesanal

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	900000	1	1%
2	840000	1	1%
3	750000	14	16%
4	720000	1	1%
5	600000	24	28%
6	540000	3	4%

7	515000	7	8%
8	530000	2	2%
9	490000	1	1%
10	450000	4	5%
11	300000	3	4%
12	Auto empleo	24	28%
	<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 49. Microempresas constituidas que generan empleo

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Con empleados	55	74%
2	Sin empleados	19	26%
	TOTAL	74	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 50. Microempresas constituidas que generan empleo

N	ITEM	EMPLEAN	PORCENTAJE
1	2009	27	42%
2	2008	9	14%
3	2007	6	9%
4	2006	2	3%
5	2005	3	5%
6	2004	2	3%
7	2003	5	8%
8	2002	2	3%
9	2001	1	2%
10	2000	1	2%

11	antes del 2000	7	11%
	TOTAL	65	100%

Fuente: cámara de comercios Regional santa Marta, 2010

TABLA 51 Mejor mes en ventas para las microempresas artesanales)

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Diciembre	33	39%
2	Dic- enero	43	51%
3	Enero	2	2%
4	Enero- junio	5	6%
5	Enero. Julio	1	1%
6	Ene-dic-jun-julio	1	1%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 52 Peor mes por ventas para las microempresas artesanales

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Febrero	1	1%
2	Febrero- marzo	2	2%
3	Marzo	4	5%
4	Marzo- Mayo	1	1%
5	Abril- Mayo	7	8%
6	Abril- mayo- sep-oct	1	1%
10	Mayo- noviembre	41	52%
8	Mayo- septiembre	6	7%
12	Mayo- agosto	2	2%

13	septiembre	7	8%
14	Octubre	1	1%
15	Noviembre	1	1%
	<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 53 Influencia de los turistas en la ventas del sector

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Incrementan las ventas	83	98%
2	disminuyen las ventas	0	0%
3	Estables	1	1%
4	varían	1	1%
	<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 54, Porcentaje del incremento en las ventas por llegadas de turistas

N	ITEM	FRECUENCIA
1	10%	2
2	15%	2
3	20%	5
4	30%	3
5	40%	1
6	50%	16
7	60%	12
8	70%	15
9	80%	12
10	90%	5

11	10%	10
12	relativo y variado	2
	TOTAL	85

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

TABLA 55 mejores años por venta gracias a la llegada de los turistas

N	ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	2000	2	2%
2	2002	1	1%
3	2003	1	1%
4	2004	4	5%
5	2005	4	5%
6	2006	8	9%
7	2007	11	13%
8	2008	11	13%
9	2009	27	32%
10	2001-2005	1	1%
11	2006-2009	1	1%
12	2008-2009	1	1%
13	2007-2009	1	1%
14	todos cuando hay turistas	12	14%
	TOTAL	85	100%

FUENTE: Datos y proyecciones del autor (encuesta realizada en el año 2010)

## FOTOGRAFIA





## DISEÑO METODOLOGICO

### 1. METODOLOGIA

El siguiente cuadro se pretende explicar resumida y claramente cuál fue el tipo de método utilizado para el cumplimiento de los objetivos planteados, las herramientas utilizadas, lo que se plantea en los resultado y limitaciones; que son soportados con el mercado objeto de análisis del cual se obtuvo una muestra y una técnica e instrumentos que permitieron la recolección de la información, el cual se podrá observar en los anexos.

Tipo de investigación	Pasos para el cumplimiento de objetivos	Herramientas, Materiales y Fuentes	Resultados	Limitaciones
<p>Para la realización del proyecto se tuvo en cuenta como tipo de investigación la analítica descriptiva, con el fin de descomponer o desintegrar para su análisis, todos los elementos claves (en términos productividad, oferta laboral y aportes en impuestos) que determinan el crecimiento del sector artesanal de la Ciudad de Santa Marta. De este mismo modo se pretenderá describir el sector artesanal a través de la aplicación de encuestas a la población objeto de análisis con el fin de tener mayores criterios de evaluación.</p>	<p>Revisión de literatura, antecedente de la problemática.</p> <p>Definición del método de investigación</p> <p>Visitas a instituciones gubernamentales</p> <p>Contacto con los microempresarios del sector artesanal</p> <p>Trabajo de campo: aplicación del instrumento de recolección de información.</p> <p>Tabulación y análisis de la información</p> <p>Aplicación del Software (Stata).</p> <p>Elaboración del diagnostico, conclusiones y recomendaciones</p>	<p>Buscadores web.</p> <p>Software estadístico (Stata. 10)</p> <p>Base de datos de la Cámara de Comercio de Santa Marta sobre las microempresas artesanales</p> <p>Listados de artesanos otorgado por secretaria de gobierno</p> <p>Agenda Interna para la productividad y competitividad, documento sectorial cadena artesanal.</p> <p>Estudios técnicos de DNP, DANE y artesanías de Colombia.</p>	<p>Análisis de cómo ha sido el crecimiento de las microempresas artesanales en cuanto a su productividad, utilización de mano de obra, organización, legalización y pago de impuestos y papel frente al desarrollo productivo de la ciudad durante el periodo 2000 al 2009</p> <p>Modelos econométrico para definir que variables del sector explican el ingreso para estos microempresarios</p>	<p>Falta de datos estadísticos en las instituciones gubernamentales que permitieran generar la constitución de base de datos que permita estimar un modelo de</p>

## 2 POBLACIÓN

El mercado objeto de análisis estuvo comprendido por artesanos legalmente constituidos del periodo 2000 al 2009 y micro empresas artesanales informales de Santa Marta.

La población tenida en cuenta para la investigación son las microempresas dedicadas a la producción y comercialización de artesanías formales e informales, los cuales están comprendidos de la siguiente manera:

- Formales, según la cámara de comercio en el periodo del 2000 al 2009 se registraron 56 empresas, pero que en el sector se encuentran con renovación vigente al 2009, 74 negocios. Este último dato se tuvo en cuenta para la estimación muestral.
- Informales, para cuantificar el número de unidades de negocio que desarrollan la actividad informalmente, se debió realizar un estudio de campo para contabilizar a través de la observación e inspección directa con la población objetivo la estimación del número de microempresas artesanales que operan ya que se carece de información suficiente, al no existir en el Distrito y el Departamento una estadística al respecto, solamente la Secretaria de Gobierno del Distrito reporto la relación de 33 artesanos informales a octubre de 2009 con permiso de laborar en el Centro Histórico de Santa Marta.

Adicionalmente con el estudio de campo por parte del investigador se identificaron, 24 unidades de negocio en la Bahía de Santa Marta, 6 en la calle 5ª, en el Rodadero se identificaron 4 pasajes comerciales donde se ubican 293 locales con fines artesanales, y en las playas un promedio de 20 vendedores; en Taganga se pueden constatar que existen dos locales alrededor de la playa y un número de 15 artesanos ambulantes; para un estimativo promedio de 391 microempresas informales.

## 3 MUESTRA

Por ser un grupo numeroso de microempresas artesanales que involucran en el estudio la determinación de elementos muestrales.

**3.1 Determinación de la muestra.** Teniendo en cuenta una población finita se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N (Zc)^2 * p * q}{N - 1 (E)^2 + (Zc)^2 * p * q}$$

Donde;

n: Muestra

N: Población =

Zc: Nivel de confianza =

465

96%≈2.05

E: Error maestral	=	4.6% ≈0.046
p: Porcentaje de aceptación	=	95%≈0.95
q: Porcentaje de rechazo	=	5% ≈0.05

Para establecer los porcentajes de aceptación y rechazo se realizó un estudio piloto a 50 microempresas artesanales de Santa Marta, en donde se les pregunto su disponibilidad para participar en el estudio, arrojando porcentajes del 95% y del 5% en cuanto a aceptación y rechazo respectivamente.

$$n = \frac{465 (2.04)^2 * 0.95 * 0.05}{465 - 1 (0.046)^2 + (2.05)^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n = \frac{92,8227188}{0,94201875}$$

$$n = 85 \text{ Microempresas}$$

**2.3 Selección de la muestra.** En la selección se tuvo en cuenta el método no probabilística, fundamentándose en el criterio del investigador.

Para realización de las encuestas se hizo un acercamiento a las microempresas artesanales en Centro histórico, Bahía de Santa Marta, Rodadero y Taganga.

#### 4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica que se empleó para la realización este análisis fue la investigación directa, a través de encuestas con preguntas respectivamente seleccionadas en un orden secuencial, brindando una mayor comprensión para las personas que hacen parte de la muestra con el fin de conocer el crecimiento del sector artesanal, su productividad, acceso a microcréditos, participación en la bases presupuestal del distrito, demanda laboral y finalmente la incidencia que tiene el turismo en el desarrollo de esta actividad.

También se consideró dentro de la investigación fuentes secundarias a través de consultas bibliográficas e Internet, información documentos CONPES, base de datos de cámara de comercio y Secretaria de Gobierno a través de la oficina de Turismo.

El instrumento de recolección de datos será el cuestionario el cual contendrá preguntas cerradas, abiertas y de selección múltiple para su fácil aplicación de una regresión a través de STATA

## ANEXO E. COMPROBACIÓN DE LOS SUPUESTOS DEL MODELO ECONOMETRICA

El modelo que se presento en el trabajo corresponde a los establecimientos legalmente constituidos en la temporada alta.

Los tres modelos adicionales, no presentaron variables estadísticamente significativas, los resultados se presentan a continuación.

### Temporada alta, establecimientos no registrados.

Linear regression Number of obs = 54  
F( 8, 44) = .  
Prob > F = .  
R-squared = 0.1801  
Root MSE = 9.584

Ing_T_Alta	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Bolsos_Y_M~s	-3.427997	3.111716	-1.10	0.277	-9.699249	2.843255
Accesorios	.2410484	3.442169	0.07	0.944	-6.696187	7.178283
Decorativo	5.207791	3.702956	1.41	0.167	-2.255026	12.67061
Ropa	.7670806	2.639543	0.29	0.773	-4.552568	6.086729
Calzado	-1.239305	3.817534	-0.32	0.747	-8.93304	6.45443
Sombrero	-4.377662	3.312909	-1.32	0.193	-11.05439	2.299068
Mochilas	5.985041	3.316436	1.80	0.078	-.698797	12.66888
mano	-2.675426	5.370173	-0.50	0.621	-13.4983	8.147446
Microcredito	5.269474	3.933202	1.34	0.187	-2.657374	13.19632
_cons	16.28825	7.615178	2.14	0.038	.9408711	31.63564

### TEMPORADA BAJA ESTABLECIMIENTOS NO REGISTRADOS

Linear regression Number of obs = 54  
F( 8, 44) = .  
Prob > F = .  
R-squared = 0.1380  
Root MSE = 11.293

Ing_T_Baja	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Bolsos_Y_M~s	6.923729	3.801379	1.82	0.075	-.7374475	14.58491
Accesorios	-6.811489	3.785698	-1.80	0.079	-14.44106	.8180841
Decorativo	6.892335	4.401943	1.57	0.125	-1.979197	15.76387
Ropa	3.127095	4.082709	0.77	0.448	-5.101064	11.35525
Calzado	-2.170409	4.848288	-0.45	0.657	-11.94149	7.600673
Sombrero	-1.239051	4.613237	-0.27	0.790	-10.53642	8.058318

Mochilas	-5.213221	4.197495	-1.24	0.221	-13.67272	3.246275
mano	-1.887772	5.2155	-0.36	0.719	-12.39892	8.623378
Microcredito	.3198586	4.856534	0.07	0.948	-9.467843	10.10756
_cons	21.52398	7.879429	2.73	0.009	5.644033	37.40392

## TEMPORADA BAJA, ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

Linear regression

Number of obs = 29  
 F( 8, 19) = .  
 Prob > F = .  
 R-squared = 0.1703  
 Root MSE = 14.06

Ing_T_Baja	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Bolsos_Y_M~s	-6.450978	13.27972	-0.49	0.633	-34.24575	21.34379
Accesorios	-6.222652	11.5462	-0.54	0.596	-30.38913	17.94383
Decorativo	9.645496	11.74933	0.82	0.422	-14.94613	34.23713
Ropa	-2.715709	6.264435	-0.43	0.670	-15.82732	10.3959
Calzado	5.784291	8.525689	0.68	0.506	-12.06018	23.62876
Sombrero	-3.664614	5.434683	-0.67	0.508	-15.03954	7.710308
Mochilas	6.727481	10.26923	0.66	0.520	-14.76627	28.22123
mano	-8.970539	6.005489	-1.49	0.152	-21.54017	3.599095
Microcredito	-5.840175	7.167778	-0.81	0.425	-20.84251	9.162157
_cons	29.90196	12.16388	2.46	0.024	4.442658	55.36125

Por otra parte el modelo de los ingresos en temporada alta se puede establecer su comprobación a través de los siguientes supuestos

### Comprobación de supuestos

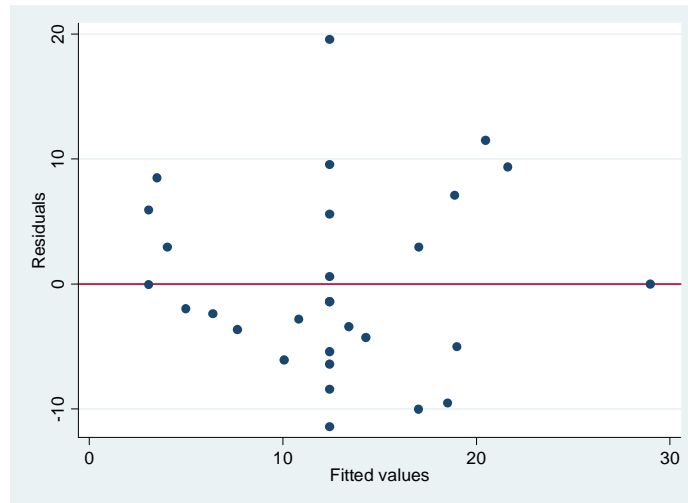
#### 1. Homoscedasticidad

White's test for  $H_0$ : homoskedasticity  
 against  $H_a$ : unrestricted heteroskedasticity

chi2(18) = 7.14  
 Prob > chi2 = 0.9889

Cameron & Trivedi's decomposition of IM-test

Source	chi2	df	p
Heteroskedasticity	7.14	18	0.9889
Skewness	3.36	9	0.9481
Kurtosis	0.01	1	0.9128
Total	10.51	28	0.9989



### El test de White

Permite determinar si los errores del modelo presentan varianzas constantes, supuesto exigido para que los estimadores sean MELI, debido a que el valor de probabilidad de la prueba es superior a 0,05, no existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis de heterocedasticidad.

### 2. Multicolinealidad

Variable	VIF	1/VIF
Mochilas	5.19	0.192569
Bolsos_Y_M~s	3.45	0.290167
Sombrero	3.04	0.329208
Decorativo	2.61	0.383671
Calzado	2.36	0.422845
Ropa	2.36	0.422845
Accesorios	2.05	0.487374
mano	1.32	0.760057
Microcredito	1.14	0.876933
Mean VIF	2.61	

El supuesto de multicolinealidad, plantea que las variables independientes son estadísticamente independientes, la prueba VIF permite validar dicho supuesto, debido a que el promedio de la prueba es menor a 10, se ratifica que las variables independientes, no presentan relación entre ellas.

### 3. Normalidad en los errores

Skewness/Kurtosis tests for Normality				
Variable	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	adj chi2(2)	joint Prob>chi2
residuos	0.273	0.477	1.76	0.4147

El modelo de regresión exige que los errores del modelo se comporten de acuerdo a una distribución normal, para ello se realizó la prueba de validación, la cual ratifico que los errores se comportan de acuerdo a una distribución normal, dicha afirmación se soporta en el hecho de que el valor de probabilidad es mayor a 0,05, lo que no permite rechazar la hipótesis de normalidad.

