



PN
UD

Al servicio
de las personas
y las naciones



Sectores de Turismo e Infraestructura

Oportunidades
de inclusión productiva
para poblaciones en situación
de pobreza y vulnerabilidad
en el Distrito Turístico
de Santa Marta







Sectores de Turismo e Infraestructura

Oportunidades
de inclusión productiva
para poblaciones en situación
de pobreza y vulnerabilidad
en el Distrito Turístico
de Santa Marta



Oportunidades de inclusión productiva para poblaciones en situación de pobreza y vulnerabilidad en los sectores de Turismo y Proyectos de Infraestructura en Santa Marta

©Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD Colombia
Primera Edición

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD

Bruno Moro

Coordinador Residente y Humanitario del Sistema de Naciones Unidas Colombia

Silvia Rucks

Directora de País

Fernando Herrera Araújo

Coordinador Área Pobreza y Desarrollo Sostenible

Xavier Hernández

Oficial de Programa

Diana Gutiérrez Pomar

Coordinadora Nacional Proyecto Desarrollo Económico Incluyente DEI

Consuelo Corredor Martínez

Asesora PNUD

Carol Barragán Osorio

Oficial de Monitoreo y Evaluación Proyecto Desarrollo Económico Incluyente DEI

Lina Fernández

Oficial Gestión del Conocimiento Proyecto Desarrollo Económico Incluyente DEI

Diana Cecilia Patiño Meza

Profesional de Apoyo en Negocios Inclusivos Proyecto Desarrollo Económico Incluyente DEI

María del Carmen Olarte Alzamora

Coordinadora Local Proyecto Desarrollo Económico Incluyente DEI

Yesith Conde Trujillo

Profesional de Apoyo Local Proyecto Desarrollo Económico Incluyente DEI

EQUIPO INVESTIGADORES - UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

Jaime Morón Cárdenas

Vicerrector de Extensión e Investigación

Beethoven Herrera Valencia

Investigador





Jairo Mendoza Mendoza

Investigador

Alex Araque Solano

Investigador

Luis Mejía Martínez

Investigador

Alfonso Ortega Soto

Edición y corrección de estilo

Luis Alberto Chacón A.

Diseño

Enlace Global

Impresión

ISBN: 978-958-8758-30-5

Fotografía

Alcaldía Distrital de Santa Marta DTCH

Diana Alexandra Gutiérrez Pomar

Elizabeth Yarce

AGRADECIMIENTOS

ALCALDÍA DISTRITAL SANTA MARTA DTCH
DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION - DNP
DEPARTAMENTO PARA LA PROSPERIDAD SOCIAL - DPS
AGENCIA NACIONAL PARA LA SUPERACIÓN DE LA POBREZA EXTREMA – ANSPE. RED UNIDOS. REGIONAL MAGDALENA

El presente documento es resultado de un esfuerzo colaborativo entre las entidades aliadas: Alcaldía Distrital de Santa Marta, Departamento Nacional de Planeación, Departamento para la Prosperidad Social – DPS y su Unidad territorial, Red Unidos, Universidad del Magdalena y PNUD.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Oficina de Colombia
Dirección: Avenida 82 No. 10-62, piso 3, Bogotá D.C.
Colombia
Página web: www.pnud.org.co

Todos los derechos reservados. Queda prohibido reproducir, almacenar en un sistema de recuperación o transmitir, de cualquier manera o medio, electrónico, mecánico, fotocopiado o de otro tipo, esta publicación sin previa autorización del PNUD.

Las opiniones expresadas en el estudio son de exclusiva responsabilidad del equipo de investigadores.



TABLA DE CONTENIDO

Introducción	Enlaces web consultados
.....7	55
Capítulo I.	Anexos
Marco metodológico	57
Diseño muestral y recolección	Anexo 1.
de la información	Encuesta caracterización socio
11	económica y ocupacional de la
Capítulo II.	población.....
Contextualización del Distrito	55
turístico de Santa Marta	Anexo 2.
15	Encuesta caracterización de la
Capítulo III.	demanda de trabajo en el sector
Caracterización socioeconómica	turístico y proyectos estratégicos
y perfiles laborales de la población	en el Distrito de Santa Marta.....
en situación de pobreza	57
y vulnerabilidad	Índice de Tablas
19	Tabla 1.
Capítulo IV.	Principales ocupaciones en las
La mirada de las empresas frente	que los encuestados manifiestan
a la generación de oportunidades	interés.....
de empleo	26
El Sector Turístico.....	Tabla 2.
29	Llegada de viajeros extranjeros
Los proyectos estratégicos.....	2008-2009.....
41	32
Proyecto Recuperación Centro	Tabla 3.
Histórico.....	Arribo de cruceros a Santa Marta.....
41	33
Proyecto Ruta del Sol.....	Tabla 4.
41	Áreas de potencial vinculación
Proyecto Arrecife Centro Comercial....	sector mesa y bar.....
42	36
Proyecto Recuperación Integral	Tabla 5.
del Liceo Celedón.....	Tiempo de experiencia requerido
42	agencias de viajes.....
Proyecto Sistema Estratégico	37
de Transporte Público (SETP).....	Tabla 6.
43	Tiempo de experiencia requerido
Proyecto Marina Internacional	en áreas de hotelería.....
de Santa Marta.....	37
44	Índice de gráficas
Proyecto de ampliación portuaria.....	Gráfica 1.
45	Población de Santa Marta según
Capítulo V.	grupo etario y género.....
Conclusiones y recomendaciones	15
47	Gráfica 2.
Referencias bibliográficas	Municipios con mayor recepción
53	de población en situación de
	desplazamiento forzado en



Colombia, 2010.....	16	del Magdalena frente al total nacional.....	34
Gráfica 3.		Gráfica 10.	
Nivel educativo de la población		Modalidad de turismo desarrollada	
residente en Santa Marta.....	16	por las empresas del sector turístico.....	34
Gráfica 4.		Gráfica 11.	
Parentesco con el jefe de hogar.....	21	Número de empleados de la planta de	
Gráfica 5.		personal de las empresas consultadas.....	35
Ocupaciones realizadas por la		Gráfica 12.	
población encuestada.....	23	Razones para tomar la decisión de	
Gráfica 6.		contratar.....	35
Posición ocupacional.....	23	Gráfica 13.	
Gráfica 7.		Nivel de capacitación requerido para ser	
Nivel educativo de la población		contratado.....	38
encuestada.....	24	Gráfica 14.	
Gráfica 8.		Tipo de remuneración que ofrecería	
Áreas en las que los encuestados han		la empresa.....	39
sido capacitados.....	25	Gráfica 15.	
Gráfica 9.		Tipo de contrato que ofrecerían	
Participación económica, PIB sectorial		las empresas consultadas.....	39
		Gráfica 16.	
		Selección de personal por parte de las	
		empresas consultadas.....	40





INTRODUCCIÓN

Las oportunidades de empleo e ingreso son una de las principales demandas de la población, en especial de las mujeres y de los jóvenes que son los grupos con mayores dificultades para acceder a fuentes de trabajo dignas. El reconocimiento de la pobreza como una situación de vulneración de los derechos exige la generación de políticas multidimensionales, pero también requiere que sean integrales, orientadas al restablecimiento y garantía de estos derechos, motivo por el cual se hace imperativo ampliar las oportunidades de generación de ingresos y empleo para dichos grupos poblacionales.

La caracterización de la población en mayor situación de pobreza y vulnerabilidad de Santa Marta parte del reconocimiento de sus problemáticas, asociadas al desempleo, el desplazamiento forzado por la violencia, la exclusión social y la desigualdad económica, términos que han estado presentes en el debate político y económico del país durante varias décadas.

Aunque existen diferentes posiciones al respecto, todos los sectores del escenario público nacional coinciden en que las condiciones de marginalidad en las que vive cerca de la mitad de la población del país, determinan el nivel de desarrollo de la sociedad y perpetúan la pobreza de forma inquietante, pues los hogares y las comunidades en los cuales se presenta una carencia de activos o restricciones a la libertad de elección, ven reducida su capacidad de satisfacer un conjunto de necesidades básicas y obtener un nivel mínimo deseado de bienestar (Sen, 1974).

El presente documento recoge los resultados finales del estudio de oportunidades de generación de empleo para la vinculación de población en situación de pobreza y vulnerabilidad en el sector turístico y proyectos de infraestructura del Distrito Turístico de Santa Marta, identificando las principales características socioeconómicas de la oferta de trabajo del Distrito, es decir las habilidades, experticias y capacidades de las personas en situación de pobreza y vulnerabilidad, sus intereses y su disposición a la capacitación, así como también las demandas de las empresas del sector turístico y de los proyectos estratégicos considerados potencialmente generadores de oportunidades de inclusión productiva para dicha población.

Los resultados del presente estudio se presentan en cinco capítulos, así: 1. Marco metodológico; 2. Contextualización del Distrito de Santa Marta; 3. Caracterización socioeconómica y perfiles laborales de la población en situación de pobreza y vulnerabilidad; 4. La mirada de las empresas frente a la generación de oportunidades de empleo y 5. Conclusiones y recomendaciones.

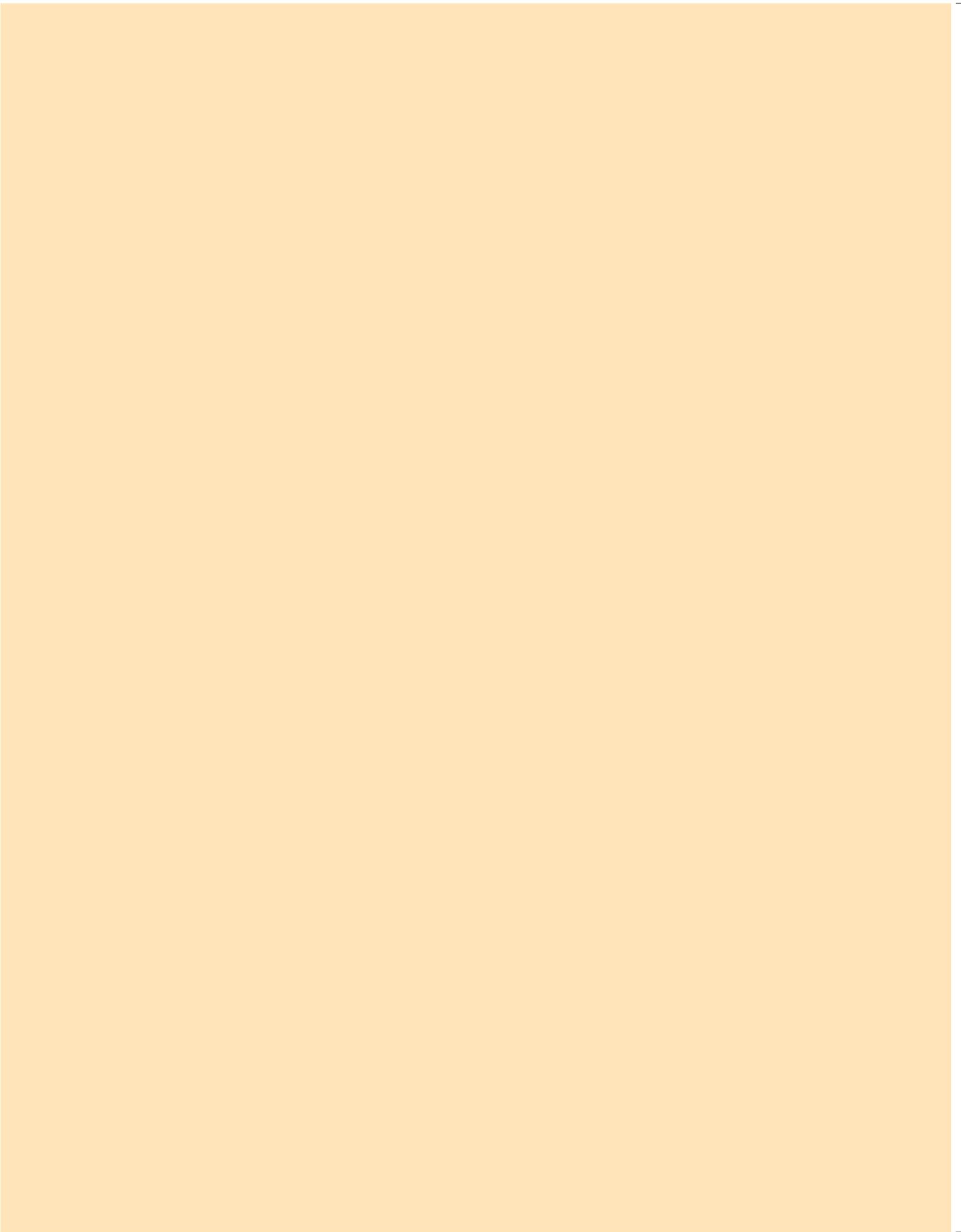




Capítulo 1

Marco metodológico





DISEÑO MUESTRAL Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El trabajo de caracterización partió de la identificación de la población universo, reconociendo como población en situación de pobreza y vulnerabilidad a las personas registradas en la Red para la Superación de la Pobreza Extrema - Red Unidos¹ del Distrito de Santa Marta.

De acuerdo con el Departamento para la Prosperidad Social (DPS, en adelante), 13.213 hogares contaban con línea base familiar en la Red Unidos en abril de 2011. A partir de allí se trabajó con una muestra estratificada.

Con esta metodología se consiguió disminuir la varianza de las estimaciones, dadas las características homogéneas de las unidades dentro los estratos, y además las diferencias que pudieran existir entre éstos. Posteriormente se definió como criterio de estratificación la geografía, es decir, el lugar último que los hogares/familias habían declarado como su residencia, considerando que los hogares más próximos a proyectos estratégicos de turismo y proyectos de infraestructura, tienen mayores posibilidades de inserción laboral.

Una vez conocido que el tamaño de la población era de 13.213 hogares/familias, se procedió a calcular una muestra a través de la siguiente fórmula:

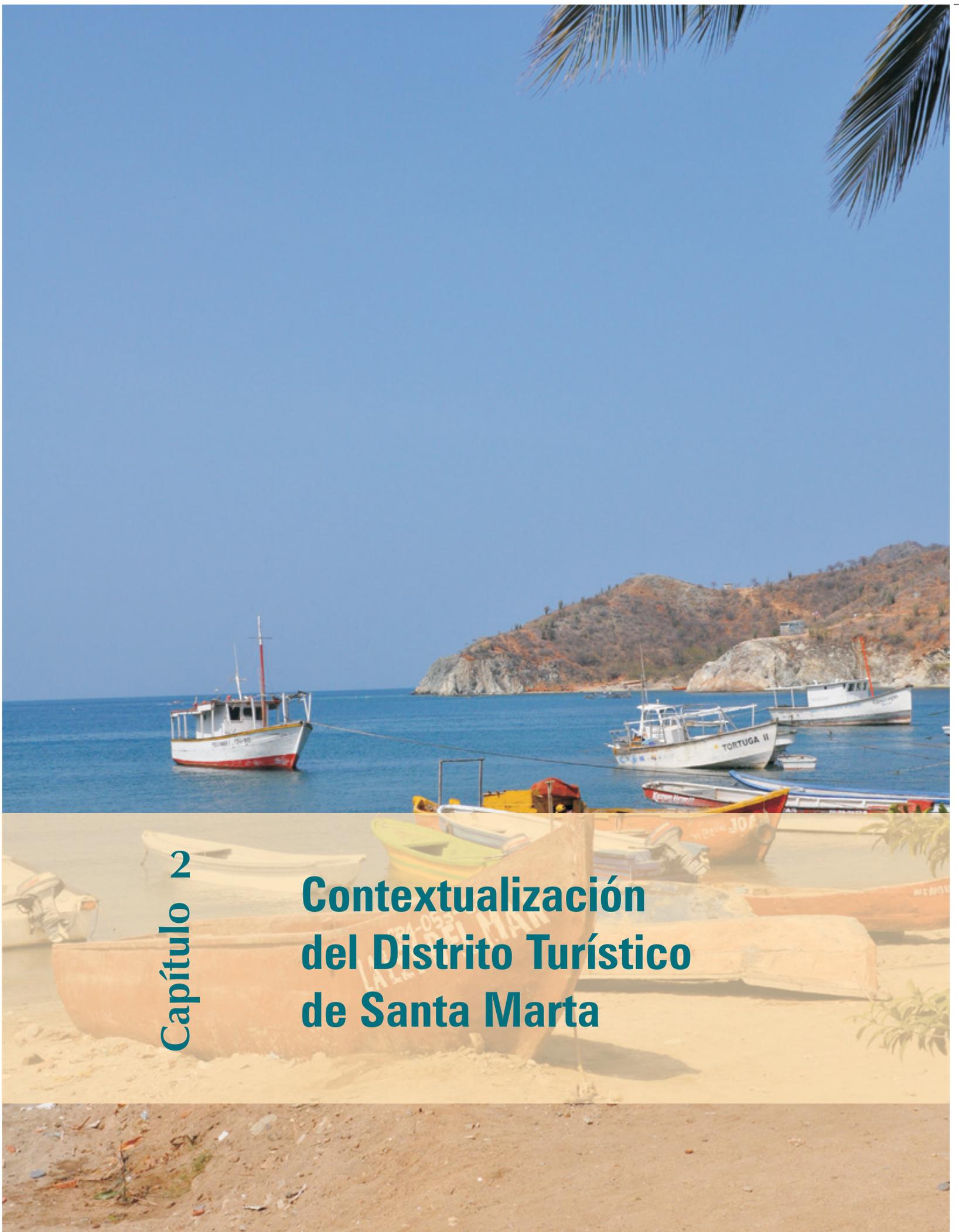
$$n = Z^2 \frac{pqN}{NE^2 + Z^2pq}$$

Donde: n = Tamaño de la muestra calculada, N = Tamaño de la población, Z = Nivel de confianza 95% ($\alpha = 0,05$, $Z_{\alpha} = 1.960$), p = Variabilidad positiva 50%, q = Variabilidad negativa 50%, y E = Error estándar 5%.

¹ La estrategia Red Unidos busca contribuir a que la población más pobre de Colombia y la desplazada por la violencia superen la pobreza. A través de la implementación de sus tres componentes (Acompañamiento, Gestión de Oferta y Acceso Preferente y Fortalecimiento Institucional), se busca que las familias cumplan con una serie de Logros Básicos que les permitan superar trampas de pobreza y mejorar sus condiciones de vida.

Se pudo establecer entonces que el tamaño de la muestra constituía 374 unidades de observación. El trabajo de campo fue realizado por 50 cogestores de la Red Unidos, entre los días 19 y 24 de mayo de 2011, la recolección de información primaria de la oferta de trabajo se obtuvo a través de la aplicación de encuestas de “Caracterización Socioeconómica y Ocupacional de la Población” (Anexo 1). El estudio se complementó con información secundaria de caracterización de la base de datos de Línea Base Familiar de la Red Unidos (LBF, en adelante). Finalmente, se capturó información para 387 hogares.

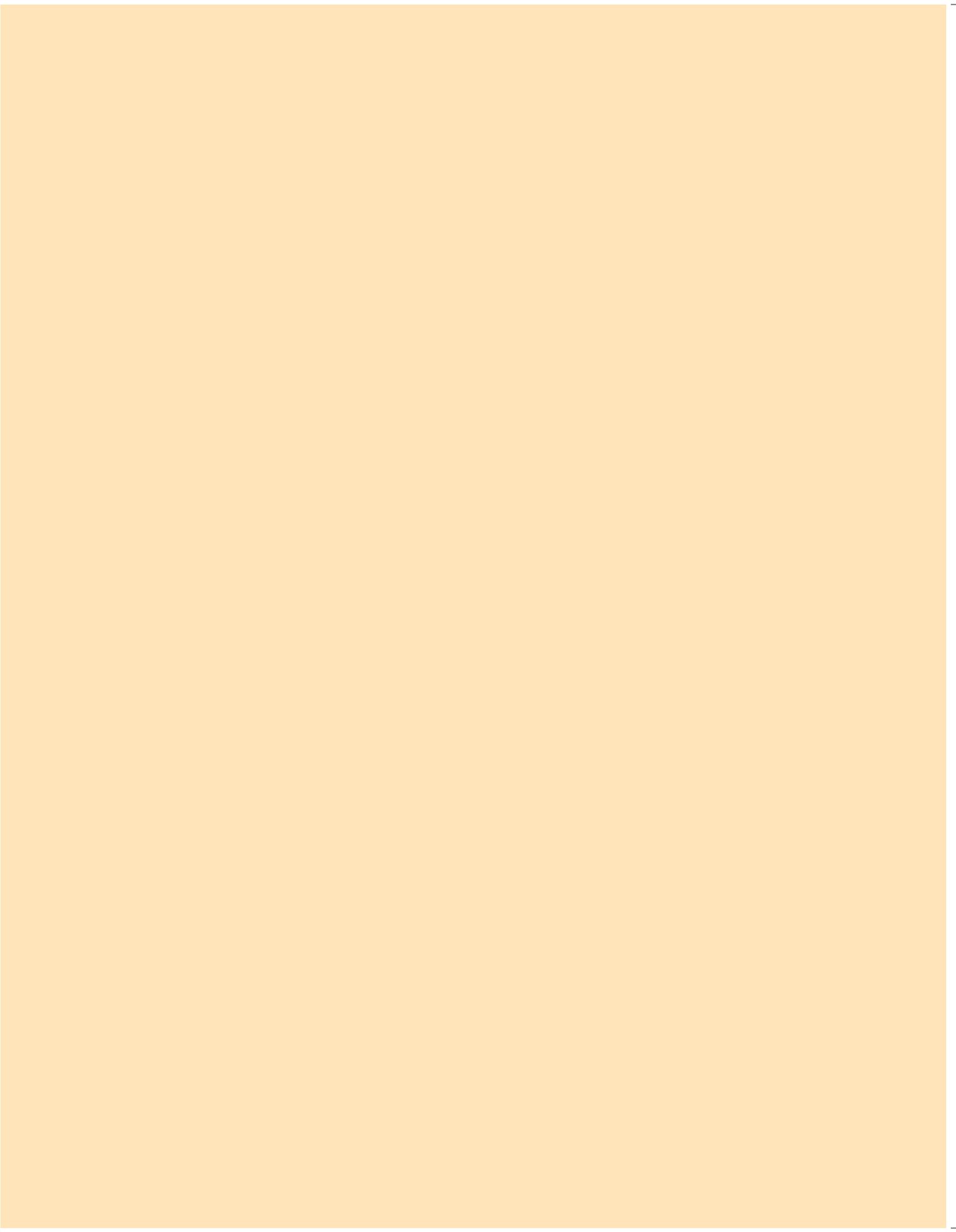
De otro lado, la recolección de información para la demanda de trabajo del sector turístico y de proyectos de infraestructura, partió de la identificación de empresas y/o establecimientos de la cadena turística del Distrito y de los proyectos cuyas características físicas o de servicios a ofrecer representen un potencial demandante de mano de obra. En este sentido, se priorizó la zona turística de la comuna 8 y del sector del Centro Histórico; para un total de 93 empresas y establecimientos, así como también se capturó información de siete (7) proyectos de infraestructura, a través de la aplicación vía correo electrónico de la encuesta “caracterización de la demanda de trabajo en el sector turístico y proyectos estratégicos en el Distrito de Santa Marta” (Anexo 2).



Capítulo 2

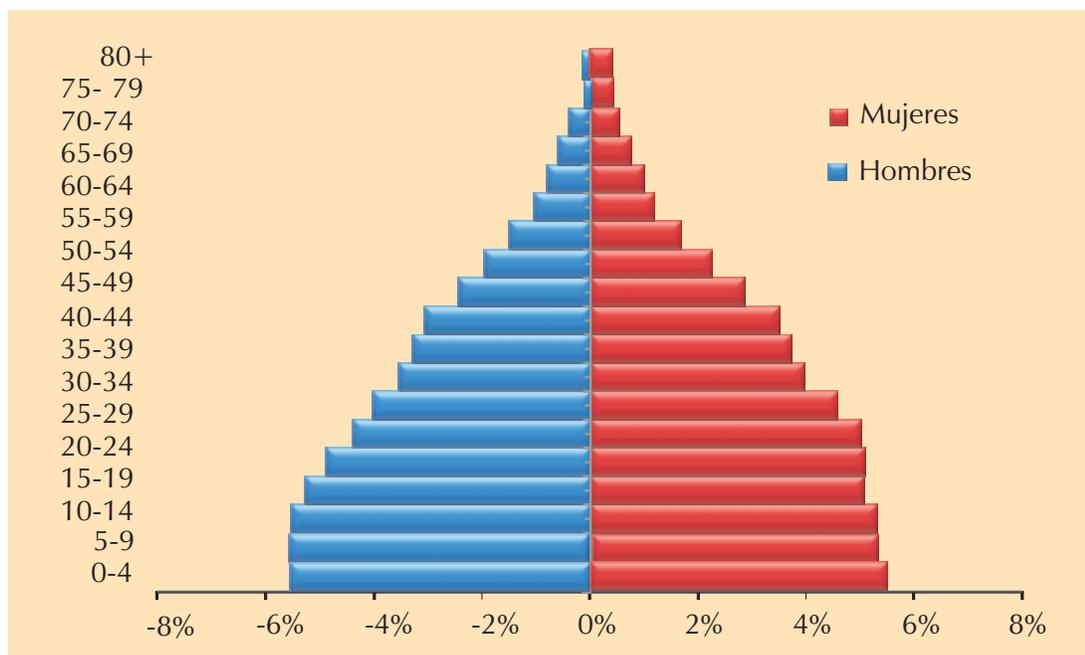
**Contextualización
del Distrito Turístico
de Santa Marta**





El Distrito de Santa Marta tiene una extensión de 2.393,35 km² (55,10 km² de área urbana y 2.338,25 km² de área rural). Para el 2005 contaba con una población de 434.240 habitantes (DANE, Censo 2005), de los cuales el 48,1% eran hombres y el 51,9% mujeres. La distribución de la población por sexo y grupos de edad en el mismo año expande los gruesos poblacionales en los grupos etarios de 15 y 29 años de edad.

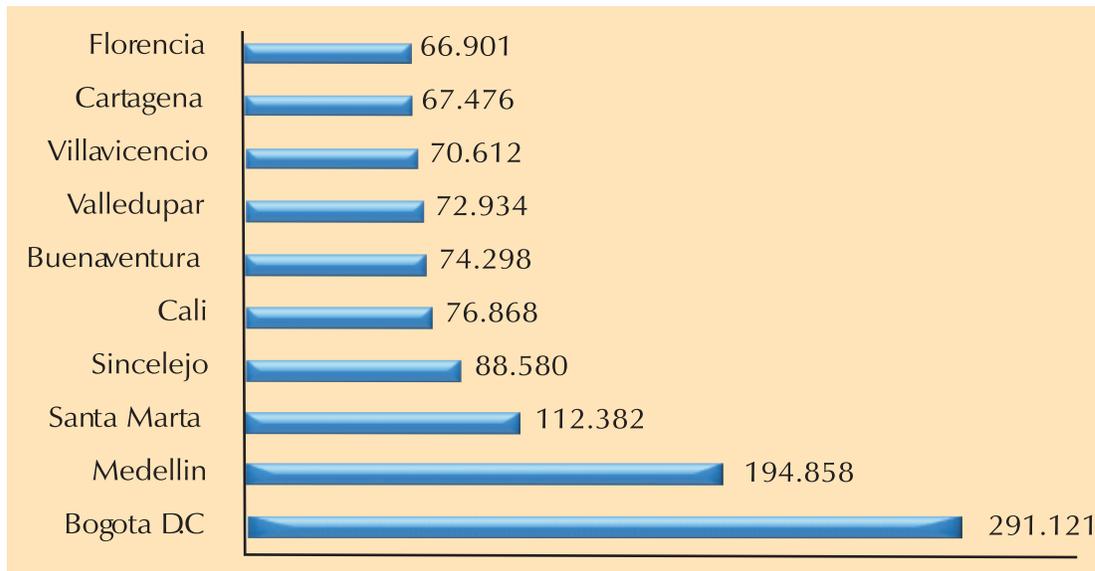
Gráfica 1.
Población de Santa Marta según grupo etario y género



Fuente: DANE, Censo de 2005.

De acuerdo con el DANE el porcentaje de la población con Necesidades Básicas Insatisfechas -NBI-, constituía el 29,05%, muy por debajo de la cifra departamental del 47,7%, sin embargo mayor al promedio nacional de 27,7%, situación que refleja en parte el alto número de personas en desplazamiento. Según el DPS, al finalizar el 2010 Santa Marta se ubicaba como la tercera ciudad del país con mayor registro de población en situación de desplazamiento. Las primeras eran Bogotá y Medellín.

Gráfica 2.
Municipios con mayor recepción de población en situación de desplazamiento forzado en Colombia, 2010

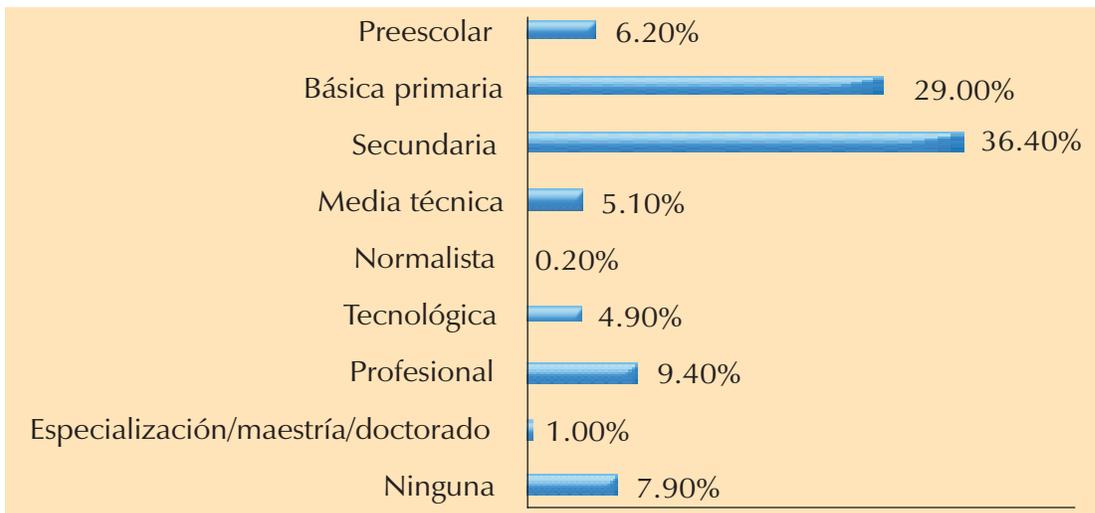


Fuente: DPS, corte a 31 de diciembre de 2010.

Según el Censo de 2005, el 77,7% de las viviendas en la ciudad tiene acceso a agua potable, el 72,5% a alcantarillado, el 97,2% cuenta con servicio de energía eléctrica y solo el 46,1% tiene telefonía fija.

En cuanto a educación, el 29% de la población residente en la ciudad ha alcanzado niveles de básica primaria, el 36,4% secundaria, el 9,4% nivel profesional y tan solo el 1% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 7,9% del total. Estos datos revelan niveles de rezago escolar que afectan los procesos de enganche laboral en industrias o sectores de alto crecimiento.

Gráfica 3.
Nivel educativo de la población residente en Santa Marta



Fuente: DANE, Censo de 2005.

En cuanto a la calidad de la educación, según fuentes oficiales del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES), en el 2010 tan solo dos instituciones oficiales del Distrito alcanzaron el escalafón de alto en las pruebas de acceso a la educación superior en Colombia, 63 instituciones educativas se ubicaron en el nivel de inferior y 29 colegios en la categoría muy bajo. Al contexto anterior se suman problemas de carencia y mantenimiento de infraestructura así como deficiencias en el acceso y la cobertura.



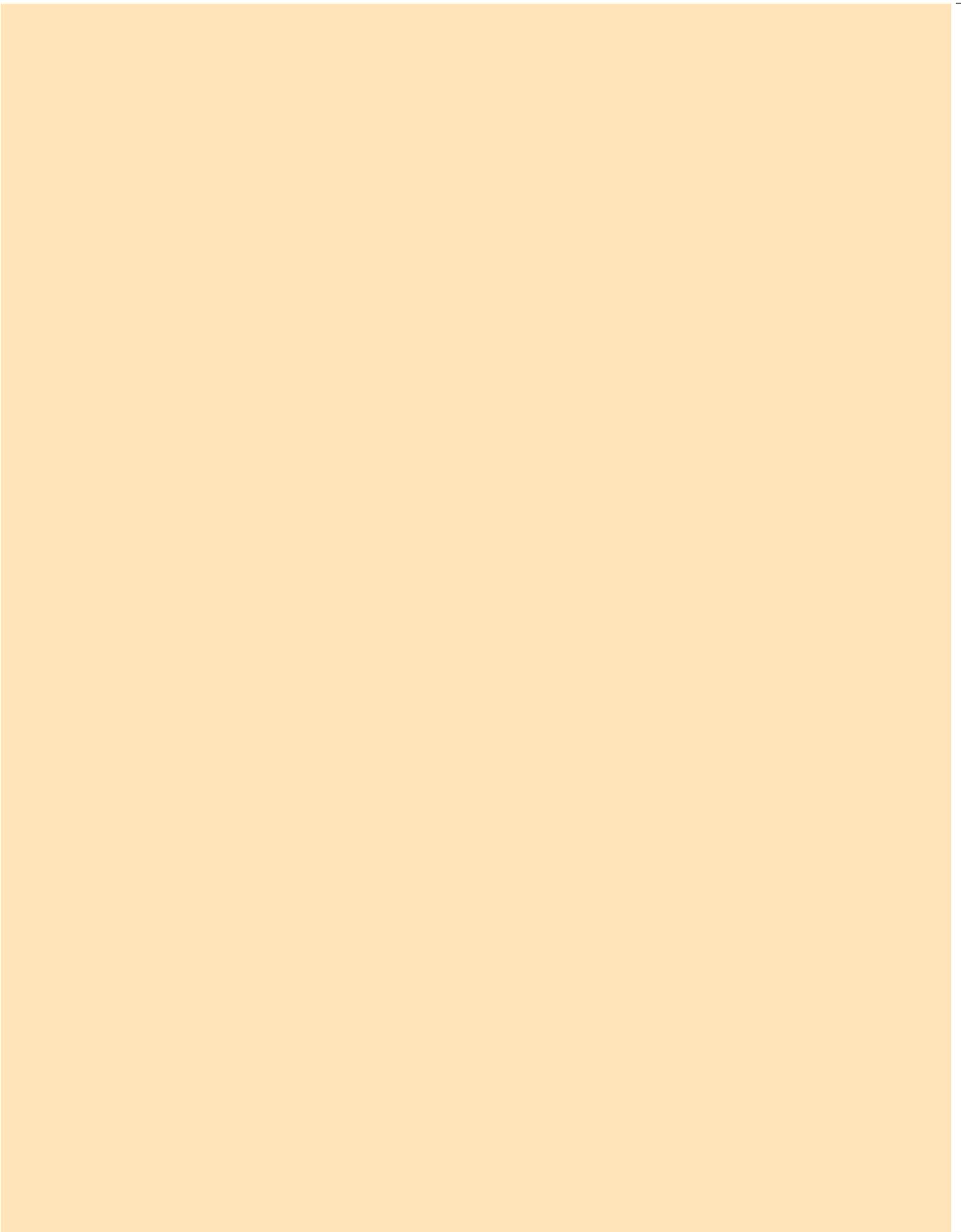




Capítulo 3

Caracterización socioeconómica y perfiles laborales de la población en situación de pobreza y vulnerabilidad

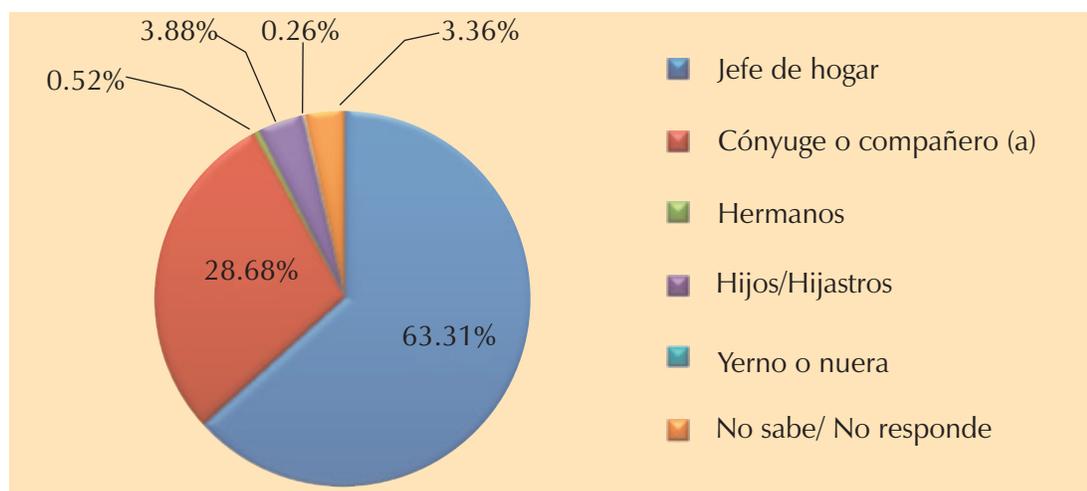




La población sujeto del estudio está conformada por 387 personas de la Red Unidos. De ese total, se pudo establecer que el 28% de los encuestados son hombres (109 personas) y el 71% restante mujeres²; es preciso señalar además, que el 90% de la población posee algún nivel de estudios, mientras que un 9% no sabe leer ni escribir. Del total de encuestados, el 35% aducen no realizar algún tipo de estudios porque necesitan dedicar ese tiempo a trabajar para mantener a sus familias, mientras que un 20% aseguró que la principal razón es que deben encargarse de labores domésticas y del cuidado de niños y ancianos.

En relación al parentesco con el jefe de hogar, el 63,3% de los encuestados respondió que tenía a su cargo la jefatura del hogar, mientras que un 29,7% aseguró ser cónyuge; el 3,9% dijo ser hijo o hijastro, un 3,4% yerno o nuera del jefe de hogar. Por su parte, el 9% convive con otra persona en unión libre, el 62% está casado, y el 90% tiene edades que oscilan entre los 20 y 54 años. Es de destacar la temprana edad para la constitución de hogares, lo que constituye sin duda uno de los factores intergeneracionales de reproducción de la situación de pobreza y vulnerabilidad.

Gráfica 4.
Parentesco con el jefe de hogar



Fuente: Cálculo de los autores con base en datos LBF de la Red Unidos.

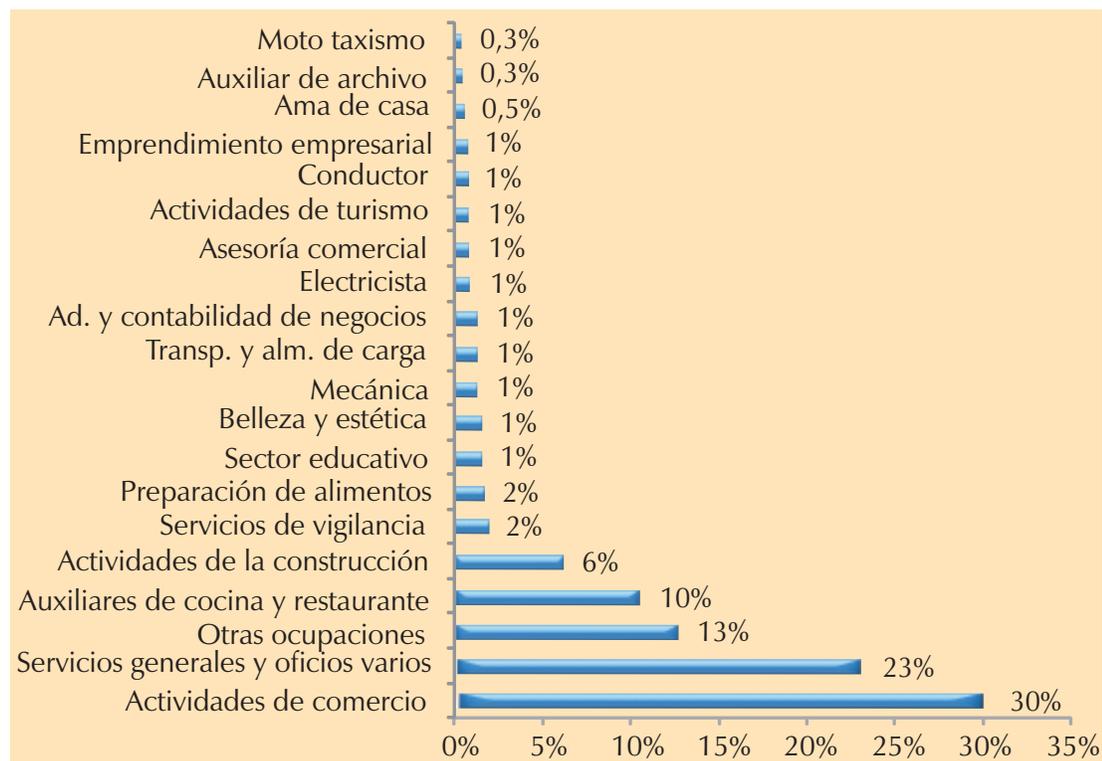
² Es importante señalar que si bien la convocatoria se realizó de manera abierta y sin acciones afirmativas de género que fomentaran la participación de la mujer, se llegó a un universo final conformado por 276 mujeres.

Más allá del grado de concentración al que se alude, los encuestados son en su mayoría individuos económicamente activos que pueden, en la medida de lo posible, vincularse al sector productivo de la ciudad y de esta manera lograr una mejor satisfacción de las necesidades básicas de sus familias. Estas características sociales se pueden interpretar como un factor de presión para los grupos poblacionales, debido a que se encuentran en su edad productiva y, en contraste, se enfrentan a barreras de acceso al mercado laboral y a la educación, hechos que en la mayoría de los casos les obligan a vincularse a la informalidad como medio de sustento para sus familias.

La principal ocupación realizada por la población sujeto de este estudio tiene que ver con el comercio a pequeña escala. El 30,1% ha desempeñado oficios u ocupaciones relacionadas con esta actividad, lo cual refuerza que la informalidad –el comercio informal– se presenta como una oportunidad de sustento diario. Esta situación desencadena otro tipo de inconvenientes para la ciudad, debido a que refleja la incompatibilidad existente entre el sistema productivo (i.e. empresas, industrias, oferentes de empleo) y el sistema social (i.e. población civil), al existir insuficiencia de demanda laboral que se ve reflejada en las dificultades de acceso a empleos, remuneraciones adecuadas, bienes y servicios indispensables.

Actividades que implican más experticia empírica que formación, como los servicios generales y oficios varios, siguen en la lista de las más realizadas por los entrevistados con una cifra del 23%. Por su parte el 10,4% manifestó realizar o tener habilidades en actividades de cocina y restaurante, a su vez, el 6,1% respondió que posee destrezas en el sector de la construcción. El 13% de la población desempeña un sin número de ocupaciones que dada su variedad resultan difíciles de clasificar en una única categoría, entre éstas se destacan los conductores de taxi, las niñeras, empacadores, conductores y madres comunitarias, entre otras.

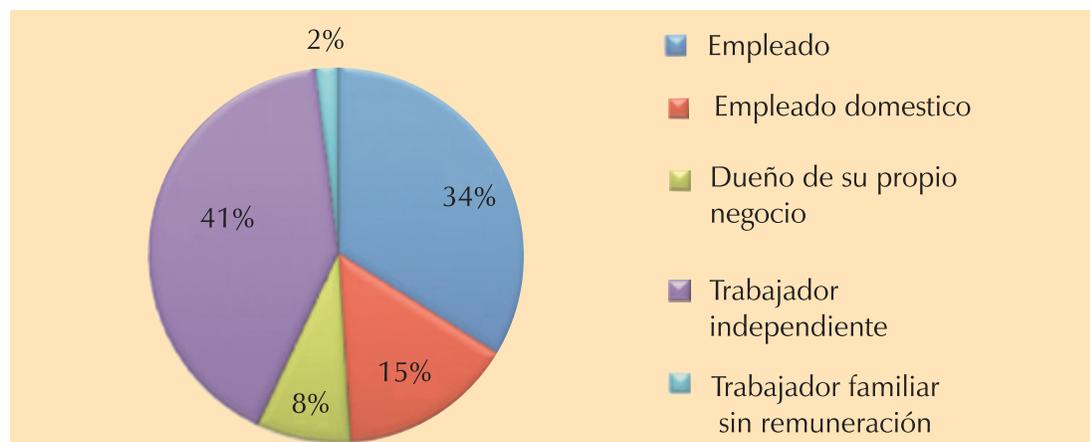
Gráfica 5.
Ocupaciones realizadas por la población encuestada



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de caracterización socioeconómica.

Frente a la posición ocupacional desempeñada en ese oficio, el 34% respondió haber sido empleado mientras que un 15% especificó haberse dedicado como empleado doméstico, un 8% aseguró que era dueño de su propio negocio y el 41% afirmó que se habían desempeñado como trabajadores independientes; por último, un 2% indicó que sus actividades laborales las había realizado como trabajador familiar sin remuneración.

Gráfica 6.
Posición ocupacional

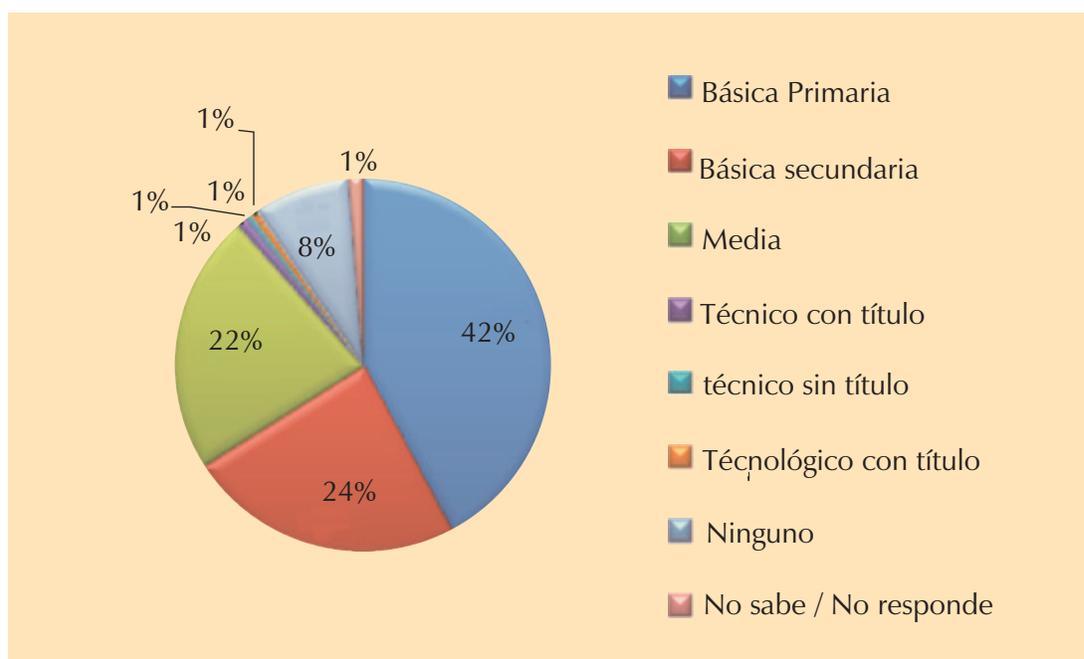


Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de caracterización socioeconómica.

Con respecto al nivel educativo es importante mencionar que esta población no es ajena a la realidad del departamento y del Distrito. El 42% de las personas respondió que alcanzó algún grado de básica primaria; el 24% dijo haber adelantado algún grado de básica secundaria mientras que un 22% afirmó que sus estudios llegaron hasta la media básica y solo el 3% dice tener algún tipo de formación en educación superior (Gráfico 7).

Estos porcentajes reflejan barreras a la inclusión productiva derivadas de los bajos niveles de formación. Los resultados que arroja la encuesta muestran un bajo nivel educativo, hecho que los condiciona y restringe para acceder a empleos formales, por lo que la dedicación a actividades de bajo nivel de formación y baja remuneración es la constante en estas familias y, en la gran mayoría de casos, la única posibilidad de ingresos.

Gráfica 7.
Nivel educativo de la población encuestada



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de caracterización socioeconómica.

Frente a temas de capacitación formal y no formal, el 16% afirmó haber recibido capacitación en temas de emprendimiento empresarial y en creación de microempresas; un 8% tiene formación en administración, contabilidad y mercadeo; y otro 7% manifestó estar capacitado en diseño y confección de ropa, la categoría “otros” incluye diversas áreas con escasa participación en el total (Gráfico 8).

Con base en lo anterior, se concluye que, las personas entrevistadas se dedican a actividades por experticia y no necesariamente por formación, aunque es probable que puedan dedicarse a otras actividades si se aprovechan los conocimientos que adquirieron formalmente a través de un determinado plan de estudios. Solo un 2% de las personas aseguró que recibió una certificación de técnico laboral al término

de la capacitación recibida, y un 17% dijo que la certificación que posee apenas acredita su asistencia a la capacitación. Este adiestramiento fue adquirido formalmente en instituciones o centros de educación superior.

Gráfica 8.
Áreas en las que los encuestados han sido capacitados



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de caracterización socioeconómica.

Frente a las ocupaciones deseadas, mesa y bar representa el mayor interés de la población con el 11,6%. Le siguen comercio (8,4%), auxiliar de ventas (8,0%), cocina y culinaria (7,7%), servicios generales (5,5%), construcción (5,3%) y, finalmente, belleza y estética (4,8%).

En ese mismo sentido, se logró constatar que el 93,5% de los entrevistados está dispuesto a realizar su ocupación de interés en jornada diurna; el 3,4% dijo preferir la jornada nocturna y el 3,1% restante respondió que prefería los fines de semana.

En lo que se relaciona con intensidad horaria, solo un 4% aseguró tener la disposición de dedicarse a la ocupación de su interés 8 horas a la semana; otro 9% afirmó que entre 10 y 20 horas, un 15% dijo que entre 21 y 40 horas, y otro 7% está dispuesto a ocuparse más de 40 horas semanales. Sin embargo, el 64% restante no demostró tener preferencias por la intensidad horaria de la ocupación que está interesado en realizar.

Como información complementaria se indagó sobre las preferencias de los encuestados sobre las jornadas de capacitación en las ocupaciones de su predilección.

Al respecto, el 71,5% aseguró que prefiere la jornada diurna, el 7,1% dijo que en jornada nocturna, y el otro 21,4% afirmó que prefería los fines de semana para recibir capacitación. Es decir, que la mayor proporción de los entrevistados, dada su condición de vulnerabilidad y bajo acceso al mercado laboral está dispuesta a sacrificar parte de su tiempo para dedicarlo a adiestramiento y formación para el trabajo.

Con respecto a la intensidad horaria, el 61% no tiene preferencias, mientras que el 16% manifestó disposición de capacitarse 8 horas semanales, otro 22% aseguró que entre 10 y 20 horas y finalmente, solo un 1% respondió que entre 21 y 40 horas a la semana.

Tabla 1.
Principales ocupaciones en las que los encuestados manifiestan interés

Ocupación	% de interesados	Ocupación	% de interesados
Mesa y Bar	11,6%	Docencia	1,4%
Comercio	8,4%	Administración	1,4%
Auxiliar de ventas	8,0%	Electricidad y electrónica	1,4%
Cocina y culinaria	7,7%	Mercadeo	1,4%
Servicios generales	5,5%	Emprendimiento	1,2%
Construcción	5,3%	Ebanistería	1,2%
Belleza y estética	4,8%	Artesanías	1,0%
Otras ocupaciones	4,8%	Elaboración de zapatos y marroquinería	1,0%
Recepción y secretariado	4,6%	Guía turístico	1,0%
Enfermería	4,1%	Finanzas	0,7%
Manejo de caja registradora	3,6%	Investigación judicial	0,7%
Mecánica	2,9%	Restaurante	0,7%
Diseño y confección de ropa	2,4%	Logística	0,5%
Conducción	2,2%	Mensajería	0,5%
Informática	2,2%	Panadería	0,5%
Manipulación de alimentos	2,2%	Agricultura	0,5%
Atención al cliente	1,9%	Auxiliar de droguería y farmaceuta	0,5%
Auxiliar contable y contabilidad	1,7%	Vigilancia y seguridad	0,5%

Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de caracterización socioeconómica.



Capítulo 4

La mirada de las empresas frente a la generación de oportunidades de empleo







Según el Censo del DANE de 2005, Santa Marta tiene 17.479 establecimientos dedicados al comercio, 16.384 al servicio y 4.605 de industria. Las viviendas que realizan actividades pecuarias se dedican, principalmente, al subsector avícola con una participación del 47,3%, seguido por el subsector equino con 13% y, por último, el porcino con 12,3%.

Para contar con información precisa sobre la demanda de trabajo en los sectores turístico y de construcción en Santa Marta, se realizó un trabajo de campo que incluyó a 93 empresas del sector turístico y 7 proyectos estratégicos, a cuyos propietarios y gerentes se les consultó sobre los perfiles laborales que deben cumplir las personas que aspiren a vincularse en algunas de sus áreas.

EL SECTOR TURÍSTICO

El turismo en Santa Marta, como actividad productiva, nace con la construcción y apertura de los hoteles el Balneario y Tamacá en 1956 y 1957, respectivamente, ambos ubicados en el sector de el Rodadero, en donde se desarrolla aproximadamente el 90% de la actividad turística del Distrito.

A este respecto, Báez (2000) comenta:

La creciente demanda turística en los primeros años de la década de los noventa provocó perspectivas optimistas entre los empresarios del sector que, complementadas en algunos casos con la bonanza en esta época de recursos provenientes de actividades ilícitas, condujo a un aumento considerable de la capacidad hotelera, y de paso, estimuló la apertura de restaurantes y nuevos servicios [...] (Báez, 2000, pág. 8).

En ese mismo sentido, el mismo autor considera que en Santa Marta se dio un proceso de expansión hotelera muy similar al presentado en Cartagena, en el que se destinó un área geográfica específica para su desarrollo. Así, en el caso de Santa Marta, la expansión tuvo lugar en el balneario el Rodadero, dadas las favorables condiciones naturales que ofrecía para el ejercicio de la explotación turística. Sin embargo, con el fin de aprovechar nuevas zonas con abundante oferta de recursos naturales para el desarrollo del ecoturismo, se empezó a reorientar los servicios turísticos a partir de la década de los noventa, permitiendo la apertura de nuevos hoteles ubicados en la zona de Pozos Colorados, Bello Horizonte y por supuesto en las inmediaciones del Parque Nacional Tayrona³.

³ Se construyeron los hoteles Costa Azul, Zuana Beach Resort y Mendihuaca Beach Resort.



En el 2007 el Departamento Nacional de Planeación (DNP, en adelante), definió en la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Magdalena como apuestas productivas del departamento el desarrollo agroindustrial, los servicios de logística y transporte de mercancías basados en el puerto marítimo de Santa Marta y el turismo desde una perspectiva ecológica.

En lo que respecta al turismo, el departamento del Magdalena ha definido como metas la consolidación de su geografía como destino turístico por excelencia en el país, y de acuerdo con ello ha empezado a desarrollar su potencial mediante la formulación y ejecución de proyectos tales como la prestación de servicios turísticos en sus parques naturales y a través de alianzas con empresas privadas con experiencia en el sector. A esto se suman las ventajas comparativas con las que cuenta el departamento relacionadas con su ubicación geográfica, entre ellas la Sierra Nevada de Santa Marta, sus tres parques nacionales naturales (Tayrona, Isla de Salamanca y la Sierra Nevada) y los humedales del centro y sur del departamento.

Por su parte, Santa Marta se encuentra en el área del corredor náutico del Caribe, con el único puerto colombiano con conexión férrea desde el interior del país y un puerto marítimo natural de gran profundidad con conexiones a América del Norte, el Caribe, el Golfo de México y Europa. Cuentan también, como atractivo para los visitantes, las ruinas de arquitectura militar del Fuerte de San Fernando, el Morro y la Catedral, madre de las iglesias católicas de Colombia. Producto de lo anterior, tiene excelentes condiciones para el desarrollo del turismo náutico, tanto de bandera nacional como extranjera. En cuanto a ventajas competitivas, resaltan la oferta de alojamientos y servicios turísticos económicos, que le aportan atractivo como un destino turístico familiar, de negocios, así como para eventos y convenciones.

La privatización y modernización del puerto de Santa Marta ha traído como consecuencia la vinculación de la Sociedad Portuaria a la promoción de la ciudad ante el mercado de cruceros. En este sentido, el Magdalena recoge toda la oferta nacional: sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, ferias y fiestas, eventos, congresos y convenciones, cruceros y turismo náutico. El departamento disfruta de los incentivos tributarios que promueven la inversión en el sector, entre los que se cuentan la exoneración por 10 años del pago del impuesto predial y del pago del impuesto de industria y comercio (i.e. 100% para los primeros 5 años; 80% para los primeros 3 años y 40% para los 2 años restantes).

Sin embargo, de acuerdo con el DNP, el Magdalena precisa para su consolidación como destino turístico de excelencia, la construcción de la doble calzada entre Ciénaga y Santa Marta, y requiere además ampliar la infraestructura de los servicios de acueducto y alcantarillado sanitario y pluvial de la ciudad. En contraste con esta situación, recientemente el Distrito ha experimentado una movilización importante de inversiones tanto en el sector inmobiliario como en la construcción: la Cámara de Comercio registra esa tendencia de crecimiento señalando el incremento en la localización de actividades productivas y de servicios, el aumento en las inversiones de capital y patrimonio de las empresas, las solicitudes para adelantar el registro mercantil –uno de los requisitos para la creación de nuevos establecimientos pro-

ductivos, comerciales y de servicios– y los incentivos tributarios a través del Centro de Atención Empresarial CAE⁴.

En Santa Marta existen diversas agencias de viajes y turismo, empresas dedicadas a la operación de actividades en dicho sector, además de hoteles, restaurantes, parques naturales, parques temáticos, empresas de transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre, entre otras.

El Consejo Nacional de Política Económica y Social –CONPES– señala que la política de turismo en Colombia se ha orientado principalmente al fortalecimiento de la competitividad de los diversos productos y destinos turísticos nacionales (Documento CONPES 3397 de 2003). Bajo este contexto y según las disposiciones contempladas en la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo), el turismo es considerado como un factor importante para el crecimiento de regiones con esta vocación y que, una vez se consolide como motor generador de desarrollo, la estructura de las actividades económicas tiende a modificarse y cambia la actitud frente al manejo de los recursos naturales, por lo que se transforma la sociedad y sus concepciones culturales.

En este contexto, el documento CONPES 3397 de 2003 propone seis grandes estrategias que posibilitan proyectar al sector turístico tanto a nivel nacional como regional, consolidando un nuevo modelo de desarrollo turístico:

1. Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad.
2. Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros.
3. Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo.
4. Preparación de la oferta turística.
5. Formación del recurso humano y sensibilización turística.
6. Consolidación de un sistema de información turística que permita formular políticas de gobierno y el uso de tecnologías de la información y la comunicación.

Si las regiones consiguen ejecutar efectivamente tales estrategias, el sector tendrá entonces las ventajas necesarias para consolidar un desarrollo sostenible. Si se cuenta con una institucionalidad acorde con las estrategias a desarrollar, donde se involucren todas las entidades relacionadas y se disponga, además, de un marco normativo que defina un adecuado esquema de regulación y supervisión, el sector turístico contará con mecanismos que le conduzcan a un mejor posicionamiento tanto regional como nacional.

El desarrollo de una actividad turística competitiva requiere una permanente labor de capacitación que mejore la capacidad gerencial del empresario, el trabajador y la sociedad civil en conjunto, de tal manera que se cumpla con los estándares de calidad de los servicios que demanda el turista. Adicionalmente, contar con una población sensibilizada –comunidad receptora, empresarios, gremios y autoridades–, acerca de la importancia del sector turismo en su región.

⁴Ver: Plan de Desarrollo Distrital (2008-2011): “La prosperidad colectiva de ciudad”.

El uso de las tecnologías de información y de las comunicaciones –TIC-, se constituye en una herramienta fundamental para lograr una actividad turística competitiva a nivel internacional y mejorar la toma de decisiones en el sector. Por ello, el Estado debe propiciar un manejo adecuado de la información que permita la toma de decisiones en materia de inversiones para el empresariado, en torno a la regulación y supervisión para el Gobierno, y respecto de la selección de destinos y servicios para el turista. También debe facilitar a los turistas el acceso a la información, acogiendo las tecnologías que a nivel internacional son utilizadas para la información y la adquisición de planes turísticos (Documento CONPES 3397 de 2003).

El Plan Sectorial de Turismo (2009-2011) de Santa Marta señala que la ciudad se ha desarrollado tradicionalmente como un destino de primer orden en el Caribe a raíz de los atractivos y ofertas que se han venido comentando.

El sector turístico, por las características de sus operaciones, constituye una amplia cadena que va desde los salones de belleza, pasando por restaurantes, bares, discotecas y agencias de viaje hasta los hoteles de lujo. Representa el motor de la economía en la ciudad: solo la actividad hotelera formal generó por concepto de impuesto de industria y comercio, entre 2005 y 2010, la suma de \$3.238.561.867, en avalúo catastral la cifra ascendió a \$753.268.762.093 y en pago por avalúo \$14.510.107.804, en el mismo periodo. Es, como ya se había anotado antes, el sector económico más representativo del Distrito.

A continuación se puede observar que entre 2008 y 2009 arribaron 39.420 extranjeros a la ciudad, cifra que no incluye a aquellos que ingresaron por puntos fronterizos ni por cruceros.

Tabla 2.
Llegada de viajeros extranjeros 2008-2009

No.	Ciudad	2008	2009	Diferencia	Var. %
1	Bogotá D.C.	627.056	692.800	65.744	10,5%
2	Cartagena de Indias	141.367	155.259	13.892	9,8%
3	Medellín	107.841	143.084	35.243	32,7%
4	Cali	99.149	98.056	-1.093	-1,1%
5	Barranquilla	57.941	50.870	-7.071	-12,2%
6	San Andrés	48.020	47.526	-494	-1,0%
7	Bucaramanga	24.738	23.005	-1.733	-7,0%
8	Santa Marta	22.342	17.078	-5.264	-23,6%
9	Cúcuta	14.695	15.928	1.233	8,4%
10	Pereira	12.662	15.878	3.216	25,4%
11	Ipiales	6.898	6.511	-387	-5,6%
12	Armenia	4.903	5.936	1.033	21,1%
13	Manizales	4.363	5.004	641	14,7%
14	Valledupar	2.978	3.484	506	17,0%
15	Maicao	4.350	3.164	-1.186	-27,3%
16	Resto	43.663	70.117	26.454	60,6%
Total		1.222.966	1.353.700	130.734	10,7%

Fuente: DAS - Cálculos Viceministerio de Turismo.

Así mismo se muestra el comportamiento de arribos de cruceros a la ciudad: en total fueron 63 embarcaciones en el periodo comprendido entre los años 2008 y 2009, trayendo consigo un promedio de 92.954 turistas⁷.

Tabla 3.
Arribo de cruceros a Santa Marta

Mes	Número de buques								Var %
	Cartagena		Santa marta		San Andrés		Total		
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	
Enero	24	26	2	(4) 2	0	0	26	32	23,1
Febrero	18	24	0	(4) 0	2	1	20	29	45
Marzo	19	23	3	(5) 1	1	2	23	31	34,8
Abril	22	24	3	1	1	0	26	30	15,4
Mayo	3	1	0	0	0	0	3	2	-33,3
Junio	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Julio	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agosto	1	1	0	0	0	0	1	1	0
Septiembre	1	1	0	0	0	0	1	1	0
Octubre	10	19	0	(4) 2	0	0	10	25	150
Noviembre	18	20	3	(5) 0	1	0	22	25	13,6
Diciembre	21	29	6	(8) 4	2	1	29	42	44,8
Acumulado	137	168	17	(34) 12	7	4	161	218	35,4

Fuente: SPRC, SPSM, Capitanía de Puerto San Andrés isla.

Por su parte, en lo que respecta a la participación del PIB por sectores en Magdalena, el sector agropecuario participa con el 3,7% del PIB nacional sectorial; el sector de servicios sociales, comunitarios y personales participa con un 2,4%; el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones representa un 2,1%, seguido del sector de comercio, restaurantes y hoteles con un 1,9%.

⁷ Tomado de las estadísticas de turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Diciembre de 2009.

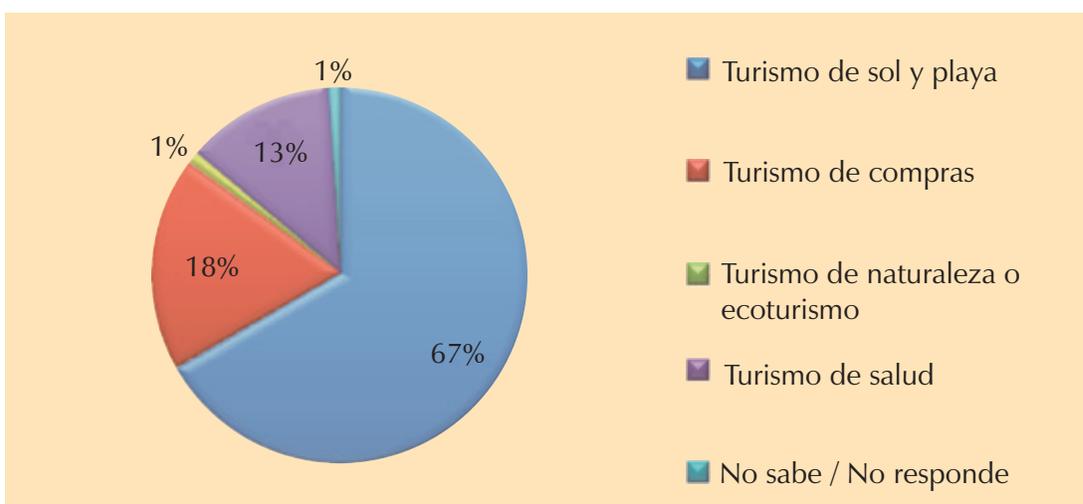
Gráfica 9.
Participación económica, PIB sectorial del Magdalena frente al total nacional



Fuente. DANE. Cuentas departamentales y Cuentas nacionales - Series desestacionalizadas a precios constantes.

Según los resultados del estudio, se logró establecer que el 11% de las empresas del sector turístico observadas tienen otras sucursales en el país o en el exterior, el 89% restante solo realiza operaciones en Santa Marta.

Gráfica 10.
Modalidad de turismo desarrollada por las empresas del sector turístico

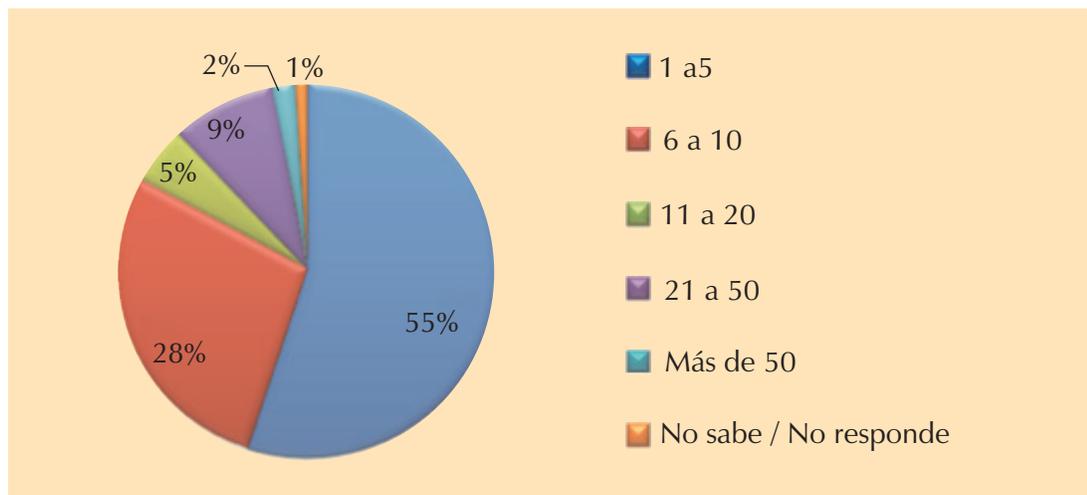


Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

Según sus gerentes y/o propietarios, el 92% de las empresas tiene el cupo de personal de planta completo, es decir, que ya cuentan con el recurso humano necesario para desarrollar sus actividades, otro 5% no lo tiene, y el 2% restante no dio información al respecto, sin embargo, el 64% confirmó que estaría dispuesto a vincular personal a sus plantas.

Adicionalmente se les consultó si en su planta tienen contratadas personas pertenecientes a grupos en pobreza y vulnerabilidad, a lo cual respondió afirmativamente el 32%. El mayor porcentaje de empresas (83%) tiene una planta de personal de menos de 10 empleados.

Gráfica 11.
Número de empleados de la planta de personal de las empresas consultadas

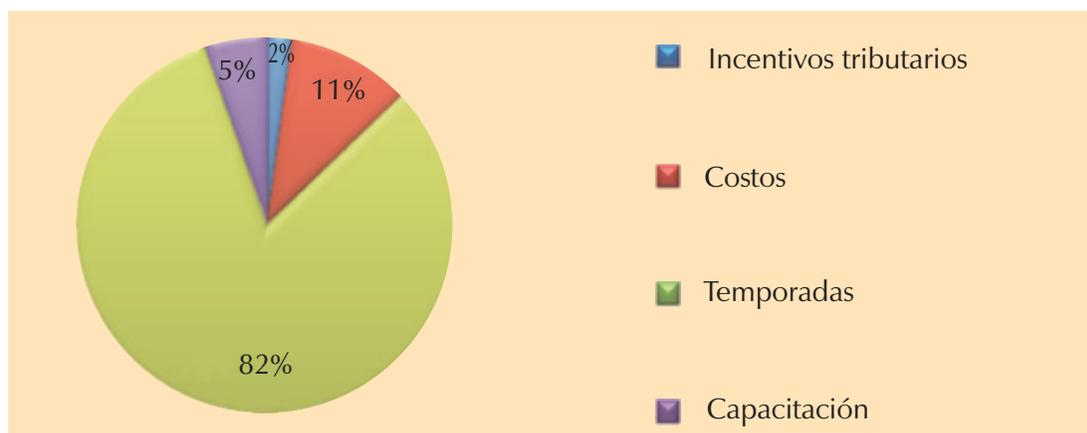


Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

Al mismo tiempo, de acuerdo con el 82% de las empresas consultadas, la decisión de contratar estaría mediada principalmente por los auges que representan las temporadas⁸, un 11% aseguró que el comportamiento de sus costos de operación es la principal referencia para tomar esta decisión, el 5% afirma que el nivel de formación del aspirante es la principal condición y tan solo un 2% indica que su decisión depende de los incentivos tributarios que se le ofrezcan para hacerlo.

En esa misma línea, al 82% de los encuestados les es indiferente el sexo de la persona a la hora de contratar, mientras que el 2% prefiere vincular hombres y el 16% mujeres. De igual manera, para el 91% de los entrevistados resulta irrelevante el estado civil y solo el 8% exigiría que fueran solteros.

Gráfica 12.
Razones para tomar la decisión de contratar



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

⁸ Hace alusión a periodos como las vacaciones de comienzo de año, semana santa, vacaciones de mitad de año, fiestas locales y vacaciones de fin de año.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, las empresas del sector de mesa y bar que aseguraron tener algún interés por vincular personal próximamente, ven como área de mayor potencial vinculación la de “oficios varios”, para lo cual no se requiere una elevada cualificación y apenas con una considerable experiencia en los oficios bastaría para ocupar una vacante. Ello representa una oportunidad importante de inclusión para las poblaciones en mayor situación de pobreza, considerando sus bajos niveles de formación.

Como se puede apreciar, la información es inquietante por cuanto refleja austeridad laboral por parte de las empresas, en un momento en el que la ciudad requiere dinamizar sus procesos productivos con el fin de mejorar su competitividad.

Tabla 4.
Áreas de potencial vinculación sector Mesa y Bar

Áreas	No. vacantes
Oficios varios	16
Mesero y oficios varios	7
Mesero y barman	3
Cocinero y mesero	3
Cocinero y servicios varios	3
Auxiliar contable, recepcionista	3
Camarero	2
Ventas	1
Peluquero	1
Manicurista	1

Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

En la tabla siguiente se detallan las ocupaciones en las cuales las agencias de viaje consultadas y que suministraron información para este trabajo dijeron exigir experiencia. Para la ocupación en “ventas” donde se tendría una vacante potencial requeriría mínimo seis (6) meses de experiencia, para “oficios varios” exigiría mínimo un (1) año de experiencia.

Tabla 5.
Tiempo de experiencia requerido agencias de viajes

Áreas ocupacionales	Tiempo experiencia requerido
Servicios varios	1 Año
Ventas	No requiere
Auxiliar contable	No requiere
Recepcionista	No requiere
Técnico en sistemas	No requiere
Guía turístico	No requiere
Ventas	1 Mes

Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

Para las empresas de los sectores de bares y discotecas la experiencia exigida para ocupar una vacante difiere, según la empresa, entre un (1) año mínimo y un (1) mes de experiencia.

En comercio turístico el tiempo de experiencia requerido para las potenciales vacantes en el área “ventas” exige como mínimo un (1) mes.

Finalmente, en la tabla que corresponde a los hoteles se puede apreciar que el área cuya vacante potencial requeriría menos tiempo de experiencia es “lavandería” (3 meses); mientras que aquella en la que se exige más es “recepción” (tres años).

Tabla 6.
Tiempo de experiencia requerido en áreas de hotelería

Áreas ocupacionales	Tiempo experiencia requerido
Camarera	5 meses
Cocina	1 año
Administrativa	1 año
Cocina	1 mes
Botones	1 año
Oficios varios	1 mes
Camarera	N.D.
Lavandería	3 meses
Servicios generales	1 año
Camarera	6 meses
Recepción	3 años
Camarera	1 mes

Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

En términos generales, para el 41% de los gerentes y/o propietarios de las empresas consultadas, no es relevante de qué forma adquirieron las destrezas (es decir, si por experticia o por capacitaciones) sin embargo, el 19% aseguró que exigiría cierto nivel de capacitación. Al respecto, el 49% de los gerentes y/o propietarios encuestados espera que las personas a contratar tengan por lo menos estudios completos de secundaria; un 41% exige una educación técnica completa. Solo un 6% contrataría personal al que le exigiría educación universitaria completa. Ello revela retos importantes respecto a la cualificación de competencias de la población sujeto de este estudio. De allí que los esfuerzos públicos deben enfocarse en el diseño de programas de formación acordes a las necesidades de los sectores más competitivos de una economía.

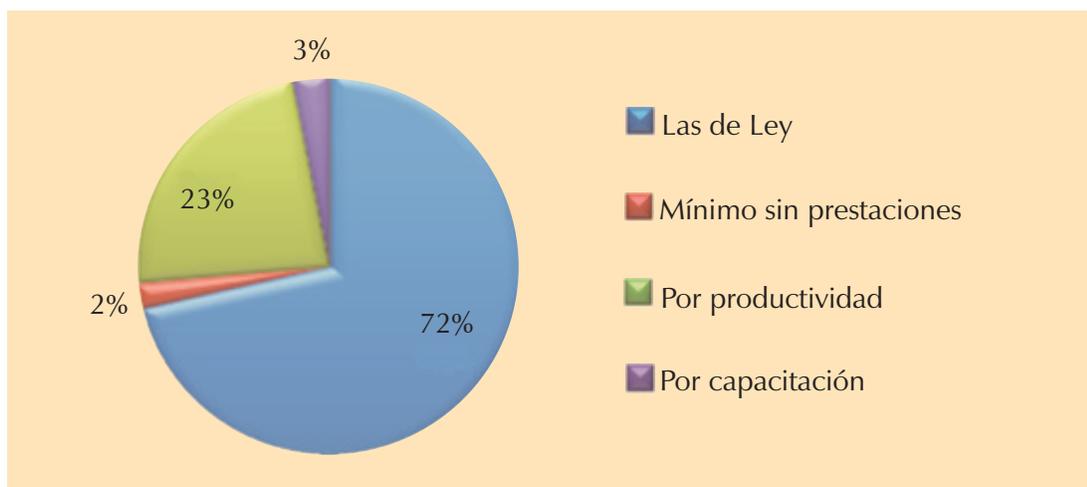
Gráfica 13.
Nivel de capacitación requerido para ser contratado



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

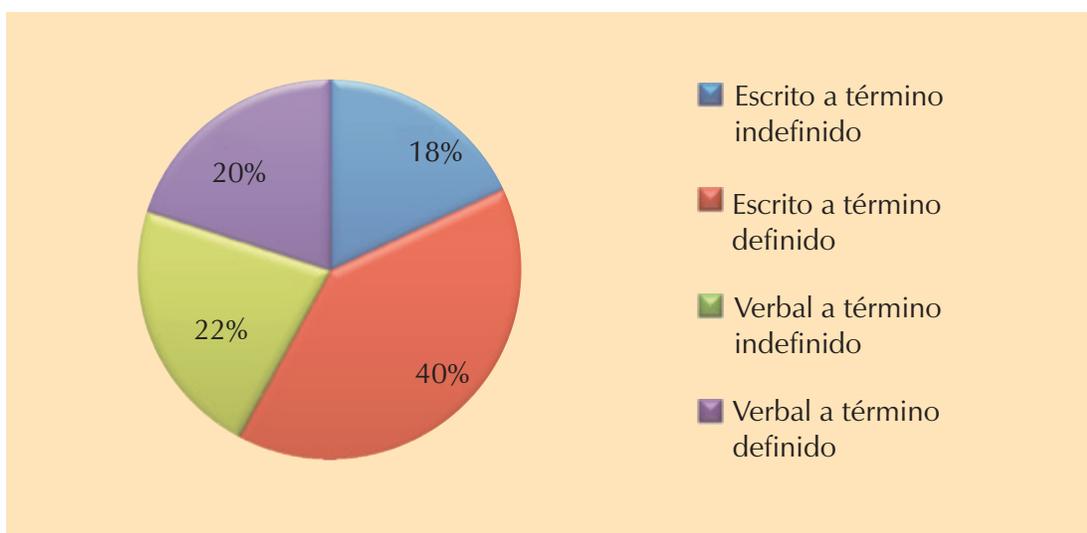
De acuerdo con la información suministrada por las empresas, el 88% vincularía personal de tiempo completo mientras que el 12% restante únicamente contrataría personas por medio tiempo; al mismo tiempo el 72% aseguró que, de contratar personal, ofrecería las remuneraciones que la normatividad laboral exige; un 23% pagaría según la productividad de los empleados y otro 3% remuneraría de acuerdo al nivel de formación que tengan. Un 2% dijo que pagaría un salario mínimo mensual vigente sin prestaciones sociales.

Gráfica 14.
Tipo de remuneración que ofrecería la empresa



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

Gráfica 15.
Tipo de contrato que ofrecerían las empresas consultadas

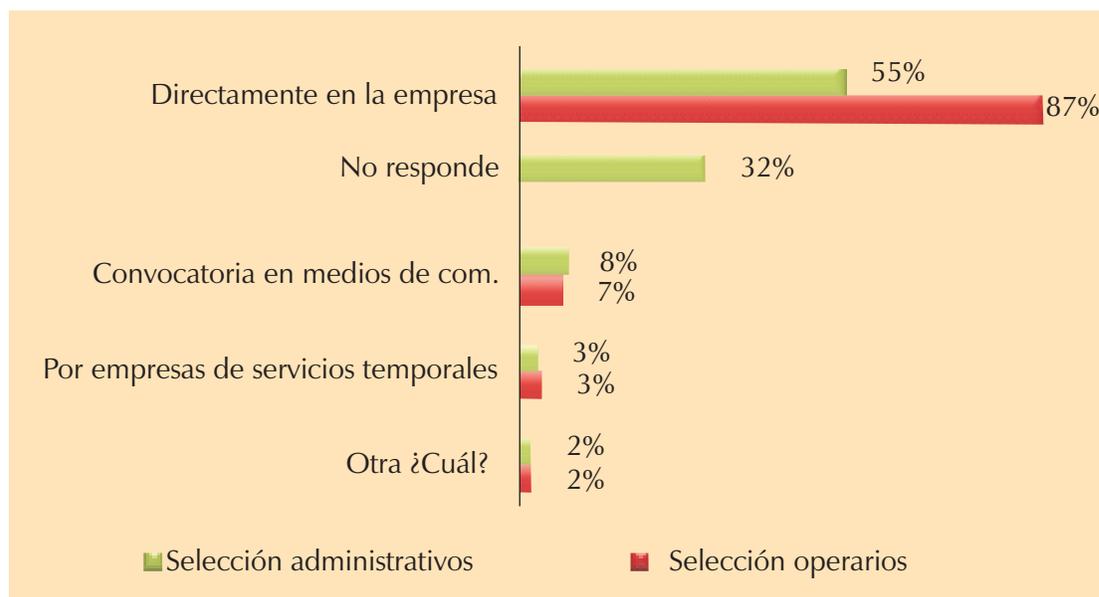


Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de Caracterización de Mano de Obra y Servicios.

Las empresas fueron consultadas además por la forma en la que seleccionan su nuevo personal. Al respecto, el 55% aseguró que en el área administrativa la selección la realiza directamente la empresa, el 8% aseguró que lo hace a través de convocatorias en medios de comunicación y el 3% restante acude a empresas de servicios temporales.

En el área operativa, por su parte, el 87% de los encuestados afirmó que la empresa se encarga directamente de esta tarea, un 7% dijo que lo hace mediante campañas en medios de comunicación y un 3% recurre a las empresas de servicios temporales.

Gráfica 16.
Selección de personal por parte de las empresas consultadas



Fuente: Cálculo de los autores con base en Encuesta de caracterización de mano de obra y servicios.

Como datos relevantes es preciso mencionar que, en promedio, por cada 10 personas que las empresas convocan para nuevas vacantes, logran vincular como administrativas a 2 y como operarias a otras 2. Generalmente las empresas vinculan personal de acuerdo al comportamiento de sus operaciones; así, en determinados periodos del año (temporadas) requieren la contratación de nuevos empleados. De modo que para una gran parte de la fuerza laboral cesante, la dinámica turística constituye el principal determinante de su condición de paro dado que las oportunidades de inserción al mercado de trabajo están sujetas a ella principalmente.

Además, según la información suministrada por los mismos gerentes y propietarios de las empresas, para el 79% de ellos sí existe un interés por vincular padres cabeza de familia y un 21% estaría dispuesto a vincular personas en condición de discapacidad.

Finalmente, se consultó a las empresas si están interesadas en aportar en una eventual política de generación de oportunidades laborales para poblaciones en situación de pobreza y vulnerabilidad, a lo cual respondió afirmativamente el 92% de los consultados, aduciendo como principal razón la generación de empleo que contribuya de igual modo a reducir la pobreza en la ciudad, solo un 8%, es decir, ocho gerentes o propietarios de empresas, dijo no estar interesado afirmando que no están en un buen momento para apoyar tal política considerando que su empresa es una entidad de baja escala, y agregan a esta posición que es al Estado a quien le corresponde asumir dicha tarea. Esto implica la necesidad de involucrar activamente al sector privado en los procesos de desarrollo de la ciudad, la preocupación de la erradicación de la pobreza y de la generación de empleo no puede recaer únicamente en el sector público.

LOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS

El Distrito Turístico Cultural e Histórico de Santa Marta ha vivido en los últimos años un despliegue de iniciativas para desarrollar diversos proyectos de infraestructura, los cuales están en distintos niveles de ejecución.

PROYECTO RECUPERACIÓN CENTRO HISTÓRICO

La recuperación del Centro Histórico incluyó en su primera fase la recuperación de las plazas, parques y espacio público del lugar. La segunda fase contempla la peatonalización de la calle 13 desde la carrera 1 hasta la Avenida del Ferrocarril y la recuperación de la Avenida Campo Serrano; por su parte, en la tercera fase se contempla la remodelación de todo el sector de la Avenida del Ferrocarril, adyacente al Centro Histórico. En la cuarta fase se prevé realizar la entrada a tierra del Parque Sesquicentenario y la carrera 7, y allí se desarrollará el proyecto institucional donde se construirá la nueva Gobernación y la Alcaldía Distrital, así mismo se remodelará el Parque Sesquicentenario.

PROYECTO RUTA DEL SOL

La construcción de la doble calzada (ruta del sol) permitirá la puesta en marcha de cinco pasos a nivel, entre ellos: la “Y” de Ciénaga, Alcatraces, aeropuerto; la “Y” de Gaira y Mamatoco, corredor que se considera fundamental para mejorar la competitividad del Distrito y del país debido al volumen de carga que se moviliza por el puerto de Santa Marta y, a su vez, en razón a su capacidad de potenciar el corredor turístico, aumentando la movilidad y el acceso a los complejos hoteleros ubicados en esta zona, que se proyecta a futuro como el epicentro turístico de Santa Marta, potencial que debe ser aprovechado debido a las inversiones en construcción hotelera que se vienen presentando.

La segunda etapa del plan vial se financiará con los recursos de valorización generados con las obras de la primera etapa, recursos que se reinvertirán en las obras complementarias: paralelas, ciclorutas, la doble calzada Gaira-Rodadero-Manzanares, así como obras de amoblamiento urbano. Todas estas actividades exigen una demanda de mano obra, mostrando un horizonte positivo para la inserción laboral de la población en situación de pobreza y vulnerabilidad. Si bien se trata de una demanda temporal, esta se presenta como una excelente oportunidad de inserción laboral, principalmente para hombres entre los 18 y 45 años de edad. Adicionalmente, esta construcción de infraestructura se constituye en una solución importante para organizar el transporte, la movilización de productos y turistas en la ciudad. Cabe destacar que esta iniciativa es liderada e impulsada desde los diversos niveles de gobierno: nacional, departamental y distrital.

PROYECTO ARRECIFE CENTRO COMERCIAL

Es considerado un proyecto de impacto en el sector turístico, con una inversión de 32.000 millones de pesos. Cuenta con un área de 23.000 metros cuadrados, 92 locales comerciales, zonas de juegos y esparcimiento para niños, salas de cine y amplios parqueaderos.

Para la contratación de personal, el gerente afirmó que la cualificación de los potenciales empleados es el principal factor que incide sobre su decisión, le es indiferente el género y el estado civil de las personas y realizaría contratos escritos a término definido.

Actualmente en articulación con el PNUD, DPS, la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema - ANSPE, SENA, Fundación Metroagrúa, Provalor, SeMprende⁹ y Alcaldía Distrital, se pone en marcha el proyecto de empleo inclusivo en el Centro Comercial Arrecife con el fin de proveer el recurso humano requerido por los diferentes locales del lugar. Así, se llevó a cabo un proceso de formación para un total de 113 personas de la Red Unidos (residentes en las comunas 7 y 8 del Distrito de Santa Marta) en las áreas de ventas y cocina a través del SENA así como la atención y formación Integral del Ser -F.I.S- a través del SeMprende. Lo anterior, ha permitido la vinculación laboral de 36 personas para los cargos de: administradores de punto de venta, vendedores, cajeros, jefe de cocina, auxiliar de cocina.

PROYECTO RECUPERACIÓN INTEGRAL DEL LICEO CELEDÓN

Financiado por Ecopetrol S.A. y operado por la Universidad del Magdalena con el acompañamiento de la Alcaldía Distrital, este proyecto tendrá una inversión de 3.000 millones de pesos y contempla un diseño de alta calidad, observando todas las normas previstas a nivel nacional para restauración de un bien patrimonial. La obra se concentrará en la recuperación del claustro principal del Liceo Celedón.

De darse la posibilidad de vinculación de personal se haría en el área de construcción, para realizar actividades de albañilería y maestros de obra. Las personas elegidas deberían tener como mínimo formación secundaria y pertenecer a grupos de población vulnerable. También se prevén oportunidades en áreas como ornamentación e hidrosanitarios y específicamente en actividades como jardinería y plomería. Una vez finalizada la obra, se prevén oportunidades de vinculación en el área de manipulación de alimentos y en cocina.

⁹ El Centro de orientación y referenciación al emprendimiento y al empleo SeMprende tiene como propósito: i) orientar, ii) referenciar y iii) prestar servicios integrales a la población mayor de 18 años, en el desarrollo de capacidades y ampliación de oportunidades de empleo, autoempleo y emprendimiento. Para ello, atienden los diferentes eslabones de la cadena de inclusión productiva: formación y capacitación, intermediación de mercados, financiamiento y acompañamiento, respondiendo a los requerimientos de la oferta y demanda sectoriales y a los intereses y experticias de la población.

Dicha vinculación estaría supeditada a los costos que se generarían, con salarios de acuerdo a la productividad y tiempo de asignación del personal; no dependería de su condición de género ni de su estado civil.

PROYECTO SISTEMA ESTRATÉGICO DE TRANSPORTE PÚBLICO (SETP)

La construcción del Sistema Estratégico de Transporte Público (SETP), y en ese marco el Transporte Urbano Samario (TUS) tiene un costo de \$363.202 millones, de los cuales el 78,8% (es decir: 286.272 millones) son recursos provistos por el Estado y cubren la inversión en elementos de infraestructura del sistema, mientras que el 21,2% restante, que equivalen a \$76.930 millones, será inversión privada que se destinará a la adquisición de los buses, la construcción de patios y talleres y el montaje del sistema de recaudo¹⁰.

Dicho proyecto se encuentra aprobado por el nivel nacional a través del Documento Conpes 3548 de 2008, “Sistema Estratégico de Transporte Público de Pasajeros para el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta”, cuyo objeto es desarrollar un sistema de transporte que permita una movilidad adecuada para la ciudad, así como la necesidad de establecer un sistema que estructure el ordenamiento de la ciudad y posibilite un mejor planeamiento de la misma; enmarcada dentro del Programa Nacional de Transporte Urbano establecido en el Documento CONPES 3167 de 2002.

El proyecto es impulsado desde el gobierno central y cuenta con financiación mixta (inversión pública y aportes del gremio transportador del Distrito), estará compuesto por cuatro rutas estratégicas que operarán por los ejes principales de la ciudad sobre carriles prioritarios con buses de mediana capacidad, trece rutas de precarga vinculadas a las terminales de integración localizadas en los extremos de los corredores estratégicos y nueve rutas auxiliares (inter barrios), que servirán la demanda no atendida por la rutas estratégicas y de precarga dentro del área de influencia del SETP. Con ello, se atenderá la totalidad de los viajes de transporte público en una distribución porcentual. A su vez, para el funcionamiento óptimo de estas rutas, se construirán 26 estaciones prepago, 42 paraderos cubiertos con bahía, 112 paraderos cubiertos, 380 paraderos demarcados y con señalización, 3 terminales de transferencia y un terminal de integración¹¹.

Uno de los aspectos clave en este megaproyecto tiene que ver con la intervención que se realizará sobre el espacio público para promover y asegurar su óptima utilización además de consolidar una estructura de movilidad y transporte acorde a las demandas de la ciudad. Para alcanzar dicho objetivo se ha definido como proyecto prioritario la implementación del SETP. Vale mencionar que esta intervención implicará, inevitablemente, una afectación sobre la economía informal que se desarrolla en estos espacios. Es importante entender que las crisis de ciudad se

¹⁰ Tomado de: www.setpsantamarta-magdalena.gov.co

¹¹ Tomado de: www.setpsantamarta-magdalena.gov.co

manifiestan en gran medida en los espacios públicos, en este sentido, la falta de oportunidades de acceso a educación e inserción laboral, además del alto índice de pobreza, obligan a muchas personas a incursionar en la economía informal como actividad de sustento familiar, teniendo en cuenta esto, el TUS dentro de su intervención en el espacio público, pretende el diseño de estrategias integrales que soporten económicamente a esta población.

Según Zully David Hoyos gerente del SETP en entrevista realizada durante el 2011, se identifica que se tiene prevista la contratación de empleados para las fases posteriores del proyecto, que de acuerdo a su criterio, producirá una recomposición de los factores del sector en el que se ejecutará.

En su primera fase requerirá la vinculación de mecánicos con formación superior, aunque se estima la contratación de personal en áreas como ornamentación e hidrosanitarias, especialmente para ocupaciones como jardinería y plomería. No se rechaza la posibilidad de vinculación de población en situación de pobreza y vulnerabilidad.

El nivel de cualificación del personal es el principal factor para la vinculación, les es indiferente el sexo y no se dio información sobre la jornada y el tipo de contrato, sin embargo se aclaró que la remuneración se haría de acuerdo al nivel de productividad de los trabajadores.

En lo que respecta a otras áreas y ocupaciones que podrían ofrecer oportunidades laborales en este proyecto, la gerente manifestó que la construcción y los servicios técnicos serán importantes durante las fases siguientes, si se tiene en cuenta que está por desarrollarse la etapa de generación de infraestructuras.

PROYECTO MARINA INTERNACIONAL DE SANTA MARTA

Con un costo aproximado de 8 millones de dólares y bajo el beneficio de las políticas nacionales de incentivos tributarios, se estima que en su etapa de construcción el proyecto generará la creación de 150 empleos de mano de obra calificada y unos 600 en su etapa de operación. Todo lo anterior en un área de 213.000 m² de la bahía de la ciudad, en donde se albergarán 256 embarcaciones de bandera nacional o extranjera, ofreciendo al público variedad de comercios: tiendas especializadas, restaurantes, cafés, bares y obras de paisajismo.

De acuerdo con el gerente Carlos Augusto Socarras en entrevista durante el 2011, se afirma que por el momento la eficiencia en las obras no hace pensar en la vinculación de nuevo personal, aunque considera que el sector generará nuevas oportunidades en el futuro, sobre todo en el área marítima para la contratación de auxiliares marítimos, a los cuales se les exigirá por lo menos educación secundaria.

La contratación de nuevo personal estará sujeta a las temporadas vacacionales, y según su gerente, el género y el estado civil de los potenciales trabajadores serían

irrelevantes, se ofrecerá como remuneración un salario mínimo y un tipo de contrato a término definido.

PROYECTO DE AMPLIACIÓN PORTUARIA

De acuerdo a información obtenida de la Alcaldía Distrital, el proyecto cuenta con una inversión de 127 millones de dólares, se espera pasar de un puerto de 110.000 TEUS a 420.000 TEUS, con una capacidad de carga de 1,5 millones de toneladas de graneles a 2,7 millones de toneladas; y a un manejo de 633.000 toneladas de carga general. Así como a la construcción del terminal de cruceros.

El proyecto permitiría la vinculación de personal en áreas como la construcción y los servicios generales, específicamente en ocupaciones de obreros, capataces, maestros de obra, vigilantes y manejo de alimentos, a las cuales se les exigiría por lo menos una formación técnica. Otras áreas que podrían generar oportunidades son la mecánica industrial y los servicios logísticos especializados. El gerente asegura estar dispuesto a contratar personas pertenecientes a grupos de población en pobreza y vulnerabilidad, porque considera que su cualificación lo permite.

La vinculación de personal estará sujeta a sus competencias y habilidades, es indiferente el estado civil pero sí especifica que las vacantes serán cubiertas solo por hombres, a los cuales se les ofrecería un salario mínimo y un contrato escrito a término definido para una jornada completa.

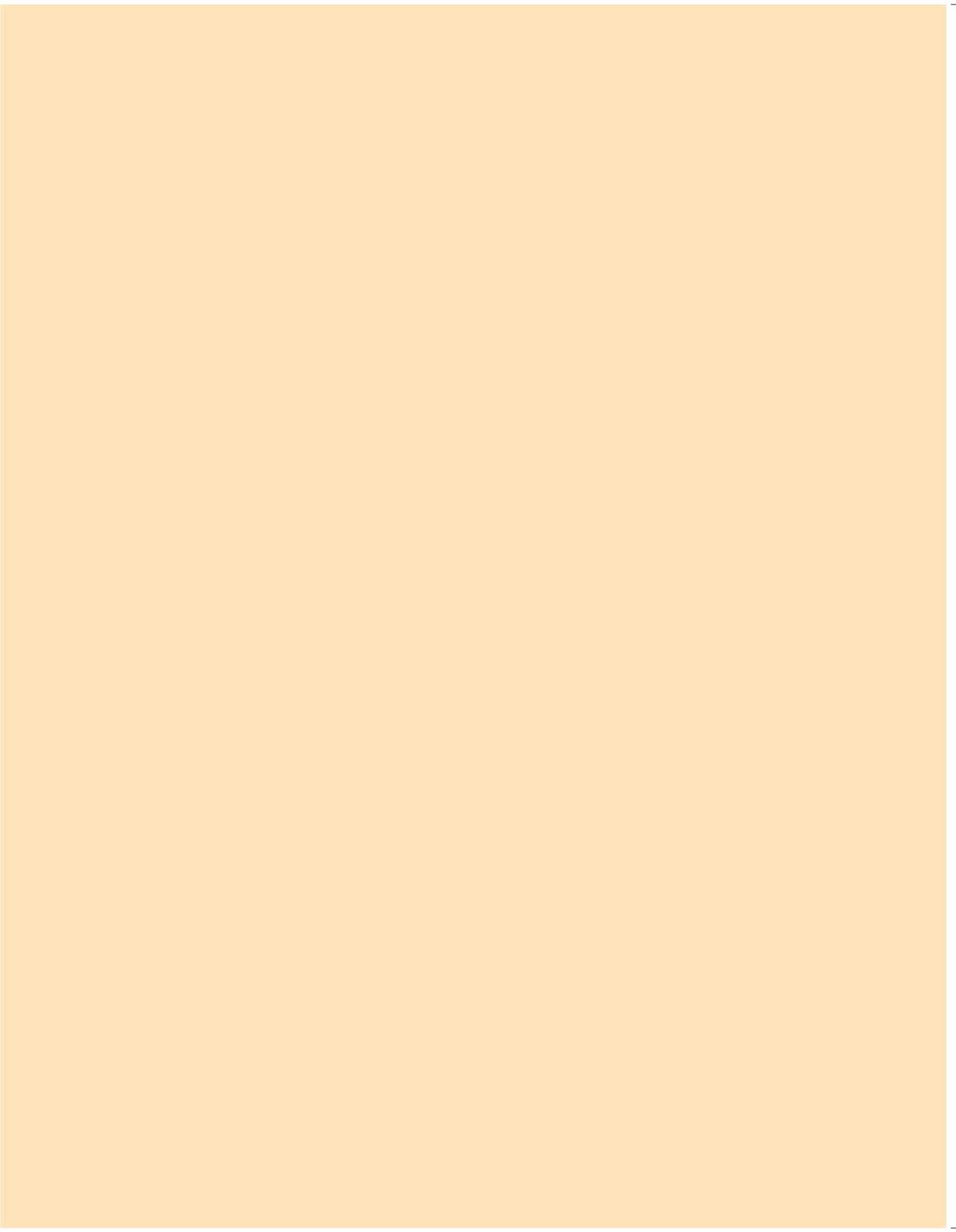




Capítulo 5

Conclusiones y recomendaciones





- La ubicación geopolítica de la ciudad es estratégica en el marco del proceso de internacionalización que vive el país y el puerto es una de sus fortalezas. Desde este punto de vista, las autoridades públicas y el sector privado deben dirigir sus esfuerzos para aprovechar de mejor manera las potencialidades en materia de comercio y expansión internacional.
- El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los Estados Unidos, que ya fue aprobado y firmado, generará un movimiento de comercio que permitirá la relocalización de las industrias hacia zonas costeras. En Santa Marta se prevén importantes desarrollos de industrias como la turística y la de logística portuaria. En ese orden de ideas, la región Caribe y en particular Santa Marta, verán crecer la infraestructura de industria y las bondades estratégicas de la ciudad. Cabe esperar que la dinámica del comercio internacional convertirá este punto de la geografía nacional en polo de desarrollo económico.
- Los cambios que el país ha hecho en reasignación de regalías permitirán que zonas deprimidas de las costas tengan desarrollos próximos de infraestructuras, que servirán para incrementar negocios de emprendimiento y con esto generar empleos, disminuir la pobreza y la desigualdad. No cabe duda que estas reformas impactarán directamente a Santa Marta.
- Hay una dinámica intensa en la construcción de hoteles y residencias en la ciudad de Santa Marta, impulsada en el primer caso por los incentivos tributarios generados por las políticas nacionales. Estos proyectos abren oportunidades concretas de inclusión productiva para las poblaciones menos favorecidas.
- Ha empezado a darse en la ciudad un proceso de construcción de segundas viviendas familiares diferentes a los sitios de trabajo y de residencia de sus propietarios, particularmente de personas del interior del país y del extranjero; puesto que comienza a verse en la Costa Caribe y de manera muy especial en Santa Marta, que a medida que la gente (sobre todo personas del interior del país) tiene mayores ingresos se decide por buscar segundas viviendas en lugar de hoteles. Dichas personas optan entonces por pasar sus vacaciones o sus temporadas de descanso y ocio en residencias propias, lo cual ha llevado a un incremento de infraestructuras residenciales a lo largo de toda la franja costera del Caribe colombiano.
- Procesos construidos y por consolidación como la Marina Internacional de Santa Marta y otros por ejecutar completamente –como la Ruta del Sol–, van a deter-

minar una conexión del Caribe colombiano con Centro América, posibilitando el acceso a los mercados de los países signatarios. Ello está permitiendo la interconexión eléctrica y gasífera desde Colombia; y aunque por cuestiones ambientales resulta complejo construir infraestructuras sobre la región del Darién, se están ideando estrategias que permitan la circulación de comercio por esta zona, a través de embarcaciones especiales o conexiones marítimas. A esto se suma la ampliación del Canal de Panamá que permitirá el tránsito de buques de mayor capacidad, incrementará el comercio entre los dos océanos y sin duda impactará sobre el comercio en el Caribe colombiano, generando obviamente fuentes de empleo.

- La promulgación de la Ley de reparación a las víctimas del conflicto permitirá que muchas personas retornen a sus lugares de origen a trabajar en labores del campo, gracias a la restitución de tierras. El departamento no será la excepción y cientos de desplazados asentados actualmente en Santa Marta y reconocidos como tal por la Red Unidos, retornarán en busca de una estabilización social y económica que les promete la reparación. Esto reactivará el agro departamental y contribuirá a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones asentadas en las zonas rurales.
- Los estudios que se han realizado previamente muestran que el turismo interno del país se extiende y crece con una orientación mayoritaria hacia el Caribe, y en lo que se refiere al turismo familiar de los santanderes, centro del país y Antioquia, Santa Marta mantiene un liderazgo relativo. Por esta razón el proceso de adecuación hotelera y habitacional debe seguir adelante, al mismo tiempo que será necesario mejorar los servicios públicos, señalización vial y seguridad.
- En la región Caribe y, en particular, en el Magdalena se presenciara una dinámica de expansión económica y por tanto del mercado de trabajo. En este sentido los gerentes consultados de empresas y proyectos manifiestan que las posibilidades de inclusión laboral para la población en situación de pobreza y vulnerabilidad existen, y la mayoría estarían dispuestos a vincular a este tipo de población.
- Santa Marta es una ciudad donde el 91,6% de la población mayor de 5 años sabe leer y escribir. El 41,3% tiene educación secundaria y media y el 15,3% cuenta con formación superior. En lo que respecta a la población en pobreza y vulnerabilidad sujeto de este estudio, la información obtenida en campo permitió establecer que el 46% cuenta con educación secundaria y media y solo el 3% dijo tener formación superior, lo cual puede ser un limitante fundamental a la hora de una inclusión efectiva de esta población en el sector productivo de la ciudad.
- En la misma línea del punto anterior, se logró conocer que el 16% de la población de la Red Unidos consultada, manifestó que ha sido capacitada en emprendimiento y microempresarismo; otro 8% afirmó que recibió formación en temas de Administración, Contabilidad y Mercadeo mientras que en Diseño y

confección de ropa fue capacitado el 7% de esta población, y en Actividades de restaurantes aseguró tener formación el 5% de los encuestados. A pesar de contar con estas capacidades, la población consultada no ha podido mantenerse vinculada de manera efectiva en el sector productivo. Para ello se requiere diseñar mecanismos de vinculación capaces de generar estabilidad laboral y que protejan a los sectores menos favorecidos.

- En cuanto a las ocupaciones en las que los encuestados de la Red Unidos mostraron interés, se destacan Mesa y Bar con un 11,6%; Comercio con el 8,4%; Auxiliar de ventas con 8,0%; Cocina y culinaria con 7,7%; Servicios generales con el 5,5% y Construcción con el 5,3%. Esta información demuestra que las personas consultadas conocen en cierta forma cuáles son las necesidades de mano de obra de los sectores productivos de la ciudad (particularmente en turismo –hoteles y comercio– y construcción), y en este sentido buscan adquirir formalmente las destrezas que les permitan hacerse con las vacantes que logran identificar. Sin embargo, existen barreras de entrada en la educación superior, que les impide formarse acorde a los requerimientos de la demanda.
- El turismo representa la principal actividad económica del Distrito de Santa Marta, sobretodo porque a diferencia de otros sectores, el sector hace una mejor redistribución de sus beneficios, ya que el acceso a alguna actividad conexas con este sector es mucho más expedita, particularmente en las actividades de comercio para el turismo de carácter informal. Por tanto, la importancia de la percepción que las empresas tengan sobre su sector es justificada. En ese sentido, es preciso anotar que en materia de requerimientos de mano de obra, las empresas consultadas de la cadena de valor del turismo manifestaron que, si las circunstancias económicas lo permiten, las áreas en las que podrían demandar más trabajo son Mesa y Bar, Cocina y culinaria y Oficios varios.
- Se pudo establecer además que el 41% de las empresas podría incluir dentro de sus planes de compra a proveedores de microempresas, el 22% proveedores de pequeñas empresas, otro 18% de medianas empresas y el 19% restante a proveedores de grandes empresas. Sin embargo, manifiestan que el principal obstáculo que tienen para contratar con micro y pequeños proveedores son sus precios y formas de pago, en este sentido respondió el 36% de los gerentes entrevistados, mientras que otro 31% aseguró que la objetable calidad de los servicios o productos que suministran. Un 25% afirmó que no tiene inconvenientes para contratar micro y pequeñas empresas proveedoras, y el 1% restante se limitó a otro tipo de razones, como la informalidad y los tiempos de entrega. Esto devela otras oportunidades para el desarrollo de emprendimientos asociados a la cadena de valor turística.
- Finalmente, la información suministrada por los gerentes de los proyectos estratégicos deja ver que, dados los impactos y alcances de dichos proyectos y la complejidad de ejecución de cada una de sus fases, se requeriría, si así lo permiten las condiciones económicas, de la contratación de nuevo recurso humano, particularmente en las áreas de administración, ornamentación e hidro-

sanitaria, mecánica, auxiliares marítimos y construcción, para las cuales, excepto en las dos últimas, se exigiría como mínimo educación técnica. Por lo que la disponibilidad de oferta de formación en estos niveles y ocupaciones para población en pobreza y vulnerabilidad, determinará la capacidad de vinculación y aprovechamiento de las oportunidades que estos proyectos ofrecen.

- Una vez identificadas las experticias de la población sujeto del estudio y las demandas por parte de las empresas del sector turístico y proyectos estratégicos, se corrobora la necesidad de diseñar estrategias que garanticen la efectiva vinculación de población en situación de pobreza y vulnerabilidad en empleos dignos, además de estrategias que permitan adaptar los programas actuales de formación al actual contexto de la economía del país, cada vez más abierta al comercio internacional.
- El tiempo de experiencia, el nivel de formación y las competencias requeridas aun continúan siendo algunas de las principales barreras a las que se enfrenta esta población para insertarse en estos sectores. La mayoría de las empresas, dependiendo del cargo exige el nivel bachillerato y al menos en promedio un (1) año de experiencia específica.
- Se requiere convocar a los centros de formación superior para realizar un análisis a su oferta educativa, sobre todo para determinar si existe una falla estratégica en la oferta de programas de formación que no esté correspondiendo a una perspectiva estratégica frente a los sectores abordados por el estudio, a partir de lo cual se debe proponer un estudio de proyecciones adecuadamente planificadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agudelo, L.; Galván, Y. & Llanes, V. (2002). *Hotelería paralela y su impacto en el Distrito Turístico, Capital e Histórico de Santa Marta.* Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Economía.

Asociación Hotelera de Colombia COTELCO. (2010). *Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta – zona de El Rodadero- Propuesta de un modelo de intervención.* Estudio realizado por la Universidad del Magdalena.

Asociación Hotelera de Colombia COTELCO. (s.f.) *Operación Hotelera en Colombia 2006-2008.*

Asociación Colombiana de la Industria gastronómica Acodrés. (2004). *Participación de los Restaurantes en la Economía Colombiana,* Bogotá, marzo de 2004. El estudio fue elaborado por el Centro Nacional de Consultoría y financiado por el Fondo de Promoción Turística Colombia.

Báez, J. (2000). *Balance del turismo regional en la década de los noventa y perspectivas: los casos de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta.* Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional del Caribe, Departamento de Investigaciones.

Bernal, C. A. (2000). *Metodología de la investigación para Administración y Economía.* Bogotá: Pearson Educación de Colombia.

Cámara de Comercio de Bogotá – CCB. (2006). *Mapeo de Turismo de Negocios.* Bogotá: CCB, Departamento de Cadenas.

Cerda, R. L. & Leguizamón, M. (2005). *Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana de Colombia.* En Turismo y Sociedad, anuario. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

Departamento Nacional de Estadística – DANE. (2005). *Sistema de Consulta Información Censal REDATAM, Censo de Unidades Económicas 2005.* Bogotá.

Departamento Nacional de Estadística – DANE (2005). *Censo General de Población 2005*. Información en línea consultada en septiembre de 2011.

Departamento Nacional de Estadística – DANE (2008). *Encuesta Anual de Servicios 2005-2008*, Grupos de servicios y ciudades con áreas metropolitanas.

Departamento Nacional de Planeación – DNP. (2005). *Agenda Interna para la productividad y competitividad en Colombia*. Departamento Nacional de Estadística DANE, Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales DSCN. 31.

Departamento Nacional de Planeación – DNP, Consejo Nacional de Política Económica y Social (2003). Documento Conpes 3397 de 2003: Política Sectorial de Turismo.

Hernández S., R.; Fernández, C. & Baptista L., P. (s.f.). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas (s.f.). *Normas Técnicas para trabajos escritos*.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MCIT & Proexport Colombia. (2007). *Boletín estadístico No. 2 Turismo*. Disponible en línea en www.mincomercio.gov.co

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MCIT. (2007). Plan sectorial de turismo 2007-2010 “Consolidación competitiva del turismo colombiano”. Viceministerio de Turismo.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MCIT. (2008). *Política Nacional de Turismo. Plan Sectorial de Turismo 2008-2010: Colombia, destino turístico de clase mundial*.

Muñoz de Escalona, F. (2007). *El turismo explicado con claridad. Autopsia del turismo. Segunda Parte*. Edición electrónica gratuita disponible en línea en eumet.net: www.eumed.net/libros/2007c/310/.

Organización Mundial de Turismo. (2007). *Barómetro OMT del turismo mundial, vol. 5, No. 2*, pág. 5. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MACIT, Ministerio de Cultura. (2007) Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo de patrimonio.

República de Colombia. (1996). *Ley 300 de 1996: Ley General de Turismo*. República de Colombia. (2006). Ley 1101 de 2006, que modifica la Ley General de Turismo.

Sen, A. (1974). “Poverty, Inequality and Unemployment: Some Conceptual Issues in Measurement”. *Economic and Political Weekly (Bombay)*, vol.8.



ENLACES WEB CONSULTADOS

www.santamarta-magdalena.gov.co

www.dane.gov.co

www.dnp.gov.co

www.mincomercio.gov.co

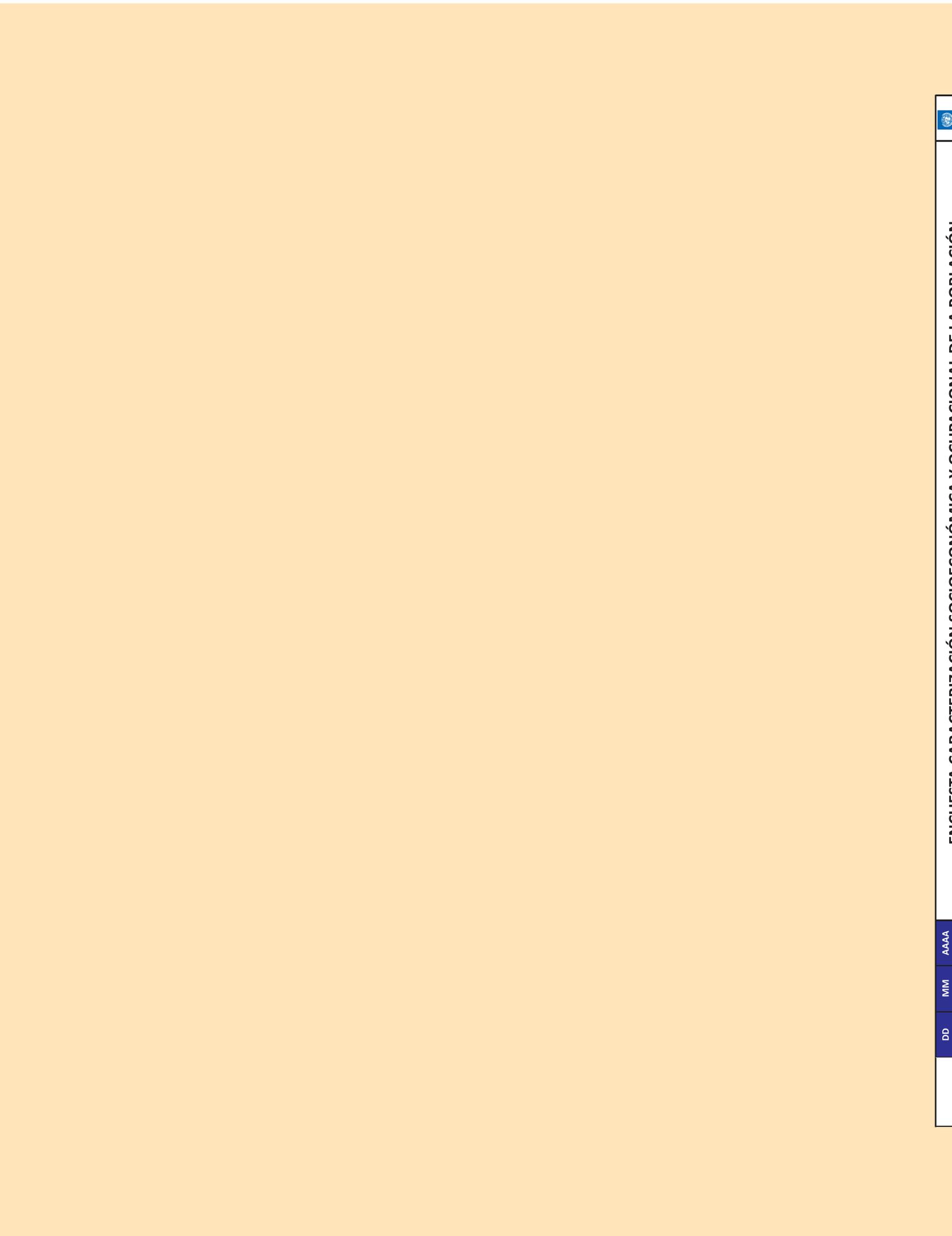
www.accionsocial.gov.co

www.setpsantamarta-magdalena.gov.co









PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS Y OCUPACIONALES DE LA POBLACIÓN

AAAA

MM

DD



FECHA ENCUESTA DD/MM/AA Hora. am <input type="checkbox"/> pm <input type="checkbox"/> Formulario No.	CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA DE TRABAJO EN EL SECTOR TURÍSTICO Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS EN EL DISTRITO DE SANTA MARTA																																																																								
CONFIDENCIALIDAD																																																																									
Los datos que nos suministre en este formulario son estrictamente confidenciales y en ningún caso tienen fines diferentes a los del Estudio																																																																									
ALCANCES INFORMACIÓN																																																																									
OBJETIVO: Análisis de los perfiles ocupacionales de la población en situación de pobreza y vulnerabilidad, que permita identificar las oportunidades de empleo y emprendimiento actuales y futuras para la inclusión productiva de dicha población, así como las necesidades y requerimientos de formación pertinente que les permita acceder al mercado de trabajo en el distrito de Santa Marta																																																																									
IDENTIFICACIÓN																																																																									
I. Identificación de la empresa 1. Nombre comercial _____ 2. Razón social _____ 3. NIT _____ 4. Dirección _____ 5. Teléfono _____ 6. ¿Tiene sucursales en otras ciudades? Si No	II. Información del entrevistado 1. Nombre completo _____ 2. Cargo _____ 3. Correo electrónico _____ 4. Teléfono _____ 5. Género: Masculino Femenino																																																																								
CONDICIONES TÉCNICAS DE LA DEMANDA DE EMPLEO																																																																									
1. Actividad de la empresa a. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura b. Pesca c. Explotación de minas y canteras d. Industrias manufactureras e. Suministro de electricidad, gas y agua f. Construcción g. Comercio al por mayor y al por menor h. Hoteles y restaurantes i. Transporte, almacenamiento y comunicaciones j. Intermediación financiera k. Actividades inmobiliarias, de alquiler y empresariales l. Administración pública y defensa m. Educación n. Servicios sociales y de salud o. Otras actividades de servicios comunitarios p. Actividades de hogares privados q. Organizaciones y organos extraterritoriales r. Servicios turísticos	2. En su negocio usted emplea a. No emplea personal b. Un empleado u obrero c. Dos empleados u obreros d. Tres empleados u obreros e. Cuatro empleados u obreros f. Cinco empleados u obreros g. Entre seis y ocho empleados u obreros h. Entre ocho y diez empleados u obreros i. Más de diez empleados u obreros	3. Considera usted que su planta de personal a. Si <input type="checkbox"/> b. No <input type="checkbox"/> 4. Estaría dispuesto a contratar más trabajadores a. Si <input type="checkbox"/> b. No <input type="checkbox"/> Por qué: _____																																																																							
5. En qué área de trabajo de su empresa estaría dispuesto a recibir empleados <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:25%;">a. Servicios</td> <td style="width:25%;">b. Administración</td> <td style="width:25%;">c. Fábrica</td> <td style="width:25%;">d. Comercialización</td> </tr> <tr> <td>Cafetería</td> <td>Secretaria</td> <td>Obreros baja calificación</td> <td>Ventas</td> </tr> <tr> <td>Aseo</td> <td>Auxiliar de contabilidad</td> <td>Obreros alta calificación</td> <td>Atención al cliente</td> </tr> <tr> <td>Mensajería</td> <td>Auxiliar administrativo</td> <td>Operadores MYE</td> <td>Promoción</td> </tr> <tr> <td>Recepcionista</td> <td>Asistente de gerencia</td> <td>Operarios</td> <td>Guía turístico</td> </tr> <tr> <td>Tolero</td> <td>Digitador</td> <td>Celador</td> <td>Acompañante</td> </tr> <tr> <td>Conductor</td> <td>Ingeniero</td> <td>Agricultor</td> <td>Publicidad</td> </tr> <tr> <td>Lavandería</td> <td>Otro profesional</td> <td>Recolector</td> <td>Chefs A-C</td> </tr> </table>	a. Servicios	b. Administración	c. Fábrica	d. Comercialización	Cafetería	Secretaria	Obreros baja calificación	Ventas	Aseo	Auxiliar de contabilidad	Obreros alta calificación	Atención al cliente	Mensajería	Auxiliar administrativo	Operadores MYE	Promoción	Recepcionista	Asistente de gerencia	Operarios	Guía turístico	Tolero	Digitador	Celador	Acompañante	Conductor	Ingeniero	Agricultor	Publicidad	Lavandería	Otro profesional	Recolector	Chefs A-C	5. Su decisión de contratar trabajadores depende de: a. Incentivos tributarios b. Costos c. Temporadas d. Capacitación	6. Usted preferiría contratar a. Hombres b. Mujeres c. Le es indiferente																																							
a. Servicios	b. Administración	c. Fábrica	d. Comercialización																																																																						
Cafetería	Secretaria	Obreros baja calificación	Ventas																																																																						
Aseo	Auxiliar de contabilidad	Obreros alta calificación	Atención al cliente																																																																						
Mensajería	Auxiliar administrativo	Operadores MYE	Promoción																																																																						
Recepcionista	Asistente de gerencia	Operarios	Guía turístico																																																																						
Tolero	Digitador	Celador	Acompañante																																																																						
Conductor	Ingeniero	Agricultor	Publicidad																																																																						
Lavandería	Otro profesional	Recolector	Chefs A-C																																																																						
5. Cuántas personas de PV podría vincular a su empresa en las siguientes áreas <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:25%;">a. Servicios</td> <td style="width:25%;">b. Administración</td> <td style="width:25%;">c. Fábrica</td> <td style="width:25%;">d. Comercialización</td> </tr> <tr> <td>Cafetería</td> <td>Secretaria</td> <td>Obreros baja calificación</td> <td>Ventas</td> </tr> <tr> <td>Aseo</td> <td>Auxiliar de contabilidad</td> <td>Obreros alta calificación</td> <td>Atención al cliente</td> </tr> <tr> <td>Mensajería</td> <td>Auxiliar administrativo</td> <td>Operadores MYE</td> <td>Promoción</td> </tr> <tr> <td>Recepcionista</td> <td>Asistente de gerencia</td> <td>Operarios</td> <td>Guía turístico</td> </tr> <tr> <td>Tolero</td> <td>Digitador</td> <td>Celador</td> <td>Acompañante</td> </tr> <tr> <td>Conductor</td> <td>Ingeniero</td> <td>Agricultor</td> <td>Publicidad</td> </tr> <tr> <td>Lavandería</td> <td>Otro profesional</td> <td>Recolector</td> <td>Chefs A-C</td> </tr> </table>	a. Servicios	b. Administración	c. Fábrica	d. Comercialización	Cafetería	Secretaria	Obreros baja calificación	Ventas	Aseo	Auxiliar de contabilidad	Obreros alta calificación	Atención al cliente	Mensajería	Auxiliar administrativo	Operadores MYE	Promoción	Recepcionista	Asistente de gerencia	Operarios	Guía turístico	Tolero	Digitador	Celador	Acompañante	Conductor	Ingeniero	Agricultor	Publicidad	Lavandería	Otro profesional	Recolector	Chefs A-C	6. ¿Cuál es nivel de formación requerido para cada una de las áreas? <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:25%;">a. Servicios</td> <td style="width:25%;">b. Administración</td> <td style="width:25%;">c. Fábrica</td> <td style="width:25%;">d. Comercialización</td> </tr> <tr> <td>a. Analfabeta</td> <td>a. Analfabeta</td> <td>a. Analfabeta</td> <td>a. Analfabeta</td> </tr> <tr> <td>b. Primaria incompleta</td> <td>b. Primaria incompleta</td> <td>b. Primaria incompleta</td> <td>b. Primaria incompleta</td> </tr> <tr> <td>c. Primaria completa</td> <td>c. Primaria completa</td> <td>c. Primaria completa</td> <td>c. Primaria completa</td> </tr> <tr> <td>d. Secundaria incompleta</td> <td>d. Secundaria incompleta</td> <td>d. Secundaria incompleta</td> <td>d. Secundaria incompleta</td> </tr> <tr> <td>e. Secundaria completa</td> <td>e. Secundaria completa</td> <td>e. Secundaria completa</td> <td>e. Secundaria completa</td> </tr> <tr> <td>f. Técnica incompleta</td> <td>f. Técnica incompleta</td> <td>f. Técnica incompleta</td> <td>f. Técnica incompleta</td> </tr> <tr> <td>g. Técnica completa</td> <td>g. Técnica completa</td> <td>g. Técnica completa</td> <td>g. Técnica completa</td> </tr> <tr> <td>h. Universitaria incompleta</td> <td>h. Universitaria incompleta</td> <td>h. Universitaria incompleta</td> <td>h. Universitaria incompleta</td> </tr> <tr> <td>i. Universitaria completa</td> <td>i. Universitaria completa</td> <td>i. Universitaria completa</td> <td>i. Universitaria completa</td> </tr> </table>	a. Servicios	b. Administración	c. Fábrica	d. Comercialización	a. Analfabeta	a. Analfabeta	a. Analfabeta	a. Analfabeta	b. Primaria incompleta	b. Primaria incompleta	b. Primaria incompleta	b. Primaria incompleta	c. Primaria completa	c. Primaria completa	c. Primaria completa	c. Primaria completa	d. Secundaria incompleta	d. Secundaria incompleta	d. Secundaria incompleta	d. Secundaria incompleta	e. Secundaria completa	e. Secundaria completa	e. Secundaria completa	e. Secundaria completa	f. Técnica incompleta	f. Técnica incompleta	f. Técnica incompleta	f. Técnica incompleta	g. Técnica completa	g. Técnica completa	g. Técnica completa	g. Técnica completa	h. Universitaria incompleta	h. Universitaria incompleta	h. Universitaria incompleta	h. Universitaria incompleta	i. Universitaria completa	i. Universitaria completa	i. Universitaria completa	i. Universitaria completa
a. Servicios	b. Administración	c. Fábrica	d. Comercialización																																																																						
Cafetería	Secretaria	Obreros baja calificación	Ventas																																																																						
Aseo	Auxiliar de contabilidad	Obreros alta calificación	Atención al cliente																																																																						
Mensajería	Auxiliar administrativo	Operadores MYE	Promoción																																																																						
Recepcionista	Asistente de gerencia	Operarios	Guía turístico																																																																						
Tolero	Digitador	Celador	Acompañante																																																																						
Conductor	Ingeniero	Agricultor	Publicidad																																																																						
Lavandería	Otro profesional	Recolector	Chefs A-C																																																																						
a. Servicios	b. Administración	c. Fábrica	d. Comercialización																																																																						
a. Analfabeta	a. Analfabeta	a. Analfabeta	a. Analfabeta																																																																						
b. Primaria incompleta	b. Primaria incompleta	b. Primaria incompleta	b. Primaria incompleta																																																																						
c. Primaria completa	c. Primaria completa	c. Primaria completa	c. Primaria completa																																																																						
d. Secundaria incompleta	d. Secundaria incompleta	d. Secundaria incompleta	d. Secundaria incompleta																																																																						
e. Secundaria completa	e. Secundaria completa	e. Secundaria completa	e. Secundaria completa																																																																						
f. Técnica incompleta	f. Técnica incompleta	f. Técnica incompleta	f. Técnica incompleta																																																																						
g. Técnica completa	g. Técnica completa	g. Técnica completa	g. Técnica completa																																																																						
h. Universitaria incompleta	h. Universitaria incompleta	h. Universitaria incompleta	h. Universitaria incompleta																																																																						
i. Universitaria completa	i. Universitaria completa	i. Universitaria completa	i. Universitaria completa																																																																						
7. Usted preferiría contratar <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Soltero (a)</td> <td>Viudo (a)</td> </tr> <tr> <td>Casado (a)</td> <td>Separado (a)</td> </tr> <tr> <td>Unión libre</td> <td>Indiferente</td> </tr> </table>	Soltero (a)	Viudo (a)	Casado (a)	Separado (a)	Unión libre	Indiferente	9. El tipo de remuneración a ofrecer sería: <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>a. Las de Ley</td> <td>d. Por productividad</td> </tr> <tr> <td>b. Mínimo sin prestaciones</td> <td>e. Por capacitación</td> </tr> <tr> <td>c. Menos del mínimo</td> <td>f. Otro</td> </tr> </table> ¿Cuál? _____	a. Las de Ley	d. Por productividad	b. Mínimo sin prestaciones	e. Por capacitación	c. Menos del mínimo	f. Otro																																																												
Soltero (a)	Viudo (a)																																																																								
Casado (a)	Separado (a)																																																																								
Unión libre	Indiferente																																																																								
a. Las de Ley	d. Por productividad																																																																								
b. Mínimo sin prestaciones	e. Por capacitación																																																																								
c. Menos del mínimo	f. Otro																																																																								
8. Usted ofrecería trabajo a. Tiempo completo b. Medio tiempo c. Dos o menos horas al día	10. En su actividad ha identificado oportunidades complementarias de negocios a. Si b. No																																																																								

7. Usted preferiría contratar Soltero (a) <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> Casado (a) <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> Unión libre <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table>		1		2		3		9. El tipo de remuneración a ofrecer sería: a. Las de Ley <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> b. Mínimo sin prestaciones <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> c. Menos del mínimo <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table> ¿Cuál? _____ d. Por productividad <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>4</td><td></td></tr></table> e. Por capacitación <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>5</td><td></td></tr></table> f. Otro <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>6</td><td></td></tr></table>		1		2		3		4		5		6																																
1																																																				
2																																																				
3																																																				
1																																																				
2																																																				
3																																																				
4																																																				
5																																																				
6																																																				
8. Usted ofrecería trabajo a. Tiempo completo <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> b. Medio tiempo <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> c. Dos o menos horas al día <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table>		1		2		3		10. En su actividad ha identificado oportunidades complementarias de negocios a. Si <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> b. No <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table>		1		2																																								
1																																																				
2																																																				
3																																																				
1																																																				
2																																																				
11. Qué tipo de contrato de trabajo ofrecería a. Escrito a término indefinido <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> b. Escrito a término definido <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> c. Verbal a término indefinido <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table> d. Verbal a término definido <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>4</td><td></td></tr></table>		1		2		3		4		12. A través de qué medio realiza la selección y vinculación de personal en su empresa <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">Selección</th> <th colspan="3">Vinculación</th> </tr> <tr> <th>Administrativo</th> <th>Operativo</th> <th>Otras áreas</th> <th>Administrativo</th> <th>Operativo</th> <th>Otras áreas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Directamente en la empresa</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>b. Convocatoria en medios de comunicación</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>c. Por empresas de servicios temporales</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>d. Otra ¿Cuál?</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>			Selección			Vinculación			Administrativo	Operativo	Otras áreas	Administrativo	Operativo	Otras áreas	a. Directamente en la empresa							b. Convocatoria en medios de comunicación							c. Por empresas de servicios temporales							d. Otra ¿Cuál?						
1																																																				
2																																																				
3																																																				
4																																																				
	Selección			Vinculación																																																
	Administrativo	Operativo	Otras áreas	Administrativo	Operativo	Otras áreas																																														
a. Directamente en la empresa																																																				
b. Convocatoria en medios de comunicación																																																				
c. Por empresas de servicios temporales																																																				
d. Otra ¿Cuál?																																																				
13. El proceso de selección que realiza directamente la empresa incluye: <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Administrativo</th> <th>Operativo</th> <th>Otras áreas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Convocatoria</td> <td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>b. Entrevista</td> <td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>c. Pruebas escritas</td> <td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>d. Pruebas de práctica</td> <td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>e. Cursos de capacitación pre-contrato</td> <td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>			Administrativo	Operativo	Otras áreas	a. Convocatoria				b. Entrevista				c. Pruebas escritas				d. Pruebas de práctica				e. Cursos de capacitación pre-contrato				15. En promedio, de cada 10 personas a. Administrativos _____ b. Operarios _____ c. Otros _____																										
	Administrativo	Operativo	Otras áreas																																																	
a. Convocatoria																																																				
b. Entrevista																																																				
c. Pruebas escritas																																																				
d. Pruebas de práctica																																																				
e. Cursos de capacitación pre-contrato																																																				
14. Si marcó la alternativa e en la pregunta anterior, preguntar: a. Días de duración del curso _____ b. Quién hace generalmente los cursos _____ c. Recibe apoyo económico <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table>		1		2		17. Su empresa tiene algún interés en vincular: a. Padres cabeza de hogar <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> b. Personas desplazadas <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> c. Personas discapacitadas <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table>		1		2		3																																								
1																																																				
2																																																				
1																																																				
2																																																				
3																																																				
19. Actualmente su empresa cuántas personas tiene vinculadas en situación vulnerable <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Grupo</th> <th colspan="2">Sexo (N°)</th> <th colspan="3">Áreas en las que trabajan (N°)</th> </tr> <tr> <th>M</th> <th>F</th> <th>Administrativo</th> <th>Operativo</th> <th>Otras áreas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Padres cabeza de hogar</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Desplazamiento</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Discapacidad</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		Grupo	Sexo (N°)		Áreas en las que trabajan (N°)			M	F	Administrativo	Operativo	Otras áreas	Padres cabeza de hogar						Desplazamiento						Discapacidad						IV. Negocios Inclusivos 20. El plan de compras de su empresa está dirigido a: a. Microempresas <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> b. Pequeñas empresas <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> c. Medianas empresas <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table> d. Grandes empresas <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>4</td><td></td></tr></table> e. Ns / Nr <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>5</td><td></td></tr></table>		1		2		3		4		5											
Grupo	Sexo (N°)		Áreas en las que trabajan (N°)																																																	
	M	F	Administrativo	Operativo	Otras áreas																																															
Padres cabeza de hogar																																																				
Desplazamiento																																																				
Discapacidad																																																				
1																																																				
2																																																				
3																																																				
4																																																				
5																																																				
21. ¿En cuáles de los servicios y/ o productos de su empresa estaría dispuesto a contratar <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div>		25. En qué áreas de trabajo tiene dificultades para encontrar una oferta laboral o proveedores acorde con las necesidades de su empresa? ¿Por qué <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																																		
22. ¿Cuáles son las necesidades actuales y futuras de mano de obra de su empresa? <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>		26. ¿Qué recomendaciones y sugerencias tiene para que la población vulnerable pueda ser vinculada a su empresa <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																																		
23. Desde su punto de vista, defina la situación actual del sector en que se desempeña <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																																				
24. ¿Hacia dónde cree que se proyectará el sector en un horizonte de 5 años? <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																																				
OBSERVACIONES																																																				
Resultado de la encuesta <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>1</td><td></td></tr></table> Completa Otro, especifique _____ <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>2</td><td></td></tr></table> Incompleta <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td>3</td><td></td></tr></table> Rechazo		1		2		3		Supervisor: _____ Encuestador: _____ Digitador: _____																																												
1																																																				
2																																																				
3																																																				
		Fecha de Recepción: Día <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td></td><td></td></tr></table> Mes <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td></td><td></td></tr></table> Año <table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 15px;"><tr><td></td><td></td></tr></table>																																																		





Las oportunidades de empleo e ingreso son una de las principales demandas de la población, en especial de las mujeres y de los jóvenes que son los grupos con mayores dificultades para acceder a fuentes de trabajo dignas. El reconocimiento de la pobreza como una situación de vulneración de los derechos exige la generación de políticas multidimensionales, pero también requiere que sean integrales, orientadas al restablecimiento y garantía de estos derechos, motivo por el cual se hace imperativo ampliar las oportunidades de generación de ingresos y empleo para dichos grupos poblacionales.

La caracterización de la población en mayor situación de pobreza y vulnerabilidad de Santa Marta parte del reconocimiento de sus problemáticas, asociadas al desempleo, el desplazamiento forzado por la violencia, la exclusión social y la desigualdad económica, términos que han estado presentes en el debate político y económico del país durante varias décadas.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD
Proyecto Desarrollo Económico Incluyente
Visite nuestro sitio web en <http://www.pnud.org.co>
Contáctenos en la avenida 82 #10-62, piso 3
Telefax: (571) 4889000
Bogotá D.C. - Colombia
ISBN: 978-958-8758-30-5

