

**DISEÑO DE RUTA TURÍSTICA ARTESANAL, DESDE LAS
ASOCIACIONES EN LOS MUNICIPIOS DE SINCELEJO, MORROA,
SAMPUÉS Y COVEÑAS**

**ANDREA PAOLA BAQUERO TOBIAS
MARTA ELENA GONZALEZ VERGARA**

**Investigación presentada como requisito para optar el título de Magister en
Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas**

**Directora
NETTY CONSUELO HUERTAS CARDOZO
PHD en Turismo, Derecho y Empresa**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
MAGISTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES
TURISTICAS
Cartagena, Colombia 2016**

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar
CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Sincelejo, 28 de octubre de 2016



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos principalmente a Dios por habernos permitido vivir hasta este día, guiándonos a lo largo de nuestras vidas, por ser nuestro apoyo, nuestra luz y nuestro camino. Y por brindarnos la fortaleza, para seguir adelante en aquellos momentos de debilidad.

A nuestras familias y amigos por su respaldo, apoyo y paciencia durante este tiempo de estudio.

A nuestra directora Netty Huertas Cardozo, quien nos inspiró e impulsó hacia el logro.

A las comunidades artesanales y actores del turismo, por su acompañamiento.



TABLA DE CONTENIDO

0.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	19
0.1	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	19
0.2	OBJETIVOS.....	21
0.2.1	<i>Objetivo General</i>	21
0.2.2	Objetivos Específicos.....	21
0.3	JUSTIFICACIÓN.....	22
0.4	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	25
0.5	METODOLOGÍA.....	31
0.5.1	<i>Tipo y método de investigación</i>	31
0.5.2	<i>Delimitación de la información</i>	31
0.5.3	<i>Población y Muestra</i>	31
0.5.4	<i>Muestra real obtenida por la investigación</i>	32
0.5.5	Fuentes y técnica de recolección de información.....	36
0.5.6	Fases.....	37
0.6	LOGROS ESPERADOS	40
1.	CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN REFERENCIAL Y METODOLÓGICA 42	
1.1.	La actividad turística y el producto turístico	42
1.2	Las rutas turísticas, vistas como producto turístico.....	43
1.3	Metodología a seguir en el diseño de las rutas.....	45
1.4	Las artesanías.....	52
1.5	La importancia del turismo cultural, para el diseño de ruta con componentes artesanales	53
1.6	Asociatividad en el sector turístico.....	56
1.7	Desarrollo local y comunitario	57
2.	CAPITULO II. CONTEXTUALIZACIÓN EN ACCESIBILIDAD PARA LA RUTA TURÍSTICA Y LOS PROCESOS ARTESANALES, EN SINCELEJO, MORROA, SAMPUÉS Y COVEÑAS.....	59
2.1	Acceso	60
2.2	Turismo.....	61
2.3	Artesanías	63
2.3.1	El proceso productivo de tejeduría en telar vertical.....	64



2.3.2	El proceso de elaboración del Sombrero Vueltaio.....	70
2.3.3	<i>El proceso de elaboración de los cuadros con semillas en Coveñas....</i>	75
3.	CAPÍTULO III. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SINCELEJO.....	79
3.1	Caracterización del municipio de Sincelejo y la asociatividad artesanal.	79
3.2	Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las Asociaciones indagadas en Sincelejo	80
3.3	Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal 84	
3.4	Características ambientales	91
3.5	La asociatividad artesanal y sus características.....	92
4.	CAPÍTULO IV. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN MORROA	95
4.1	Morroa	95
4.2	Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las asociaciones indagadas en Morroa.....	97
4.3	Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal 100	
4.4	Condiciones ambientales, normatividad con relación al oficio y cuidado personal	104
4.5	La asociatividad y sus características.....	106
5.	CAPÍTULO V. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN SAMPUÉS....	110
5.1	Sampués.....	110
5.2	Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las asociaciones indagadas en Sampués.....	112
5.3	Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal 115	
5.4	Condiciones ambientales, normatividad con relación al oficio y cuidado personal	120
5.5	Condiciones de asociatividad y sus características	121
6.	CAPÍTULO VI. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN COVEÑAS	125
6.1	Coveñas	125



6.2	Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las asociaciones indagadas en Coveñas	127
6.3	Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal	130
6.4	Condiciones ambientales, normatividad con relación al oficio y cuidado personal	136
6.5	Condiciones de asociatividad y sus características	137
7.	CAPÍTULO VII. DISEÑO DE LA RUTA ARTESANAL	139
7.1	Estructuración de la ruta.....	139
7.1.1.	<i>Identificación y descripción de los sitios promisorios para la ruta (inventario de atractivos).....</i>	<i>139</i>
7.1.2	<i>Descripción general del servicio turístico</i>	<i>158</i>
7.2	Paquete turístico recorrido – Estructura técnica, operativa y de costos	161
7.3	Análisis económico	167
7.4	Libreto para el recorrido de la Ruta Huru Artesanal	169
7.5	Estudio de mercado	176
7.5.1	<i>Análisis del contexto regional y local.</i>	<i>176</i>
7.5.2	<i>Estudio para aceptación, motivación.....</i>	<i>176</i>
7.5.3	<i>Indicadores para proyecciones de demanda.....</i>	<i>179</i>
7.5.4	<i>Posibles proyecciones de demanda, según pronósticos de pasajeros</i>	<i>180</i>
7.5.5	<i>Distribución y comercialización</i>	<i>185</i>
7.5.6	<i>Marca de la ruta.....</i>	<i>189</i>
7.6	Recomendaciones técnicas y de la operatividad	190
7.6.1	<i>Diseño del mobiliario arquitectónico para ruta turística</i>	<i>193</i>
7.6.2	<i>Sostenibilidad del producto turístico en sus tres dimensiones: ambiental, sociocultural y económico.....</i>	<i>202</i>
8.	CONCLUSIONES	209
9.	REFERENCIAS.....	239



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Muestra de asociados en cada municipio.....	32
Tabla 2. Asociaciones constituidas en la zona de estudio, para efectos de la investigación	34
Tabla 3. Otros grupos asociativos de interés para la investigación.....	35
Tabla 4. Vías de comunicación en Sucre	59
Tabla 5. Información general de Sincelejo, Sucre	79
Tabla 6. Caracterización sociodemográficas de las asociaciones artesanales de Sincelejo.....	82
Tabla 7 . Caracterización socioeconómica de las asociaciones artesanales de Sincelejo	83
Tabla 8. Aspectos ambientales en Sincelejo	92
Tabla 9. Características del tipo de organización de las asociaciones objeto de la ruta	94
Tabla 10. Información general de Morroa, Sucre	95
Tabla 11. Condiciones sociodemográficas en Morroa.....	98
Tabla 12. Condiciones socioeconómicas en Morroa.....	99
Tabla 13. Aspectos ambientales de Morroa	105
Tabla 14. Características del tipo de organización de Morroa.....	107
Tabla 15. Información general de Sampués, Sucre.....	110
Tabla 16. Condiciones sociodemográficas en Sampués	113
Tabla 17. Condiciones socioeconómicas en Sampués	114
Tabla 18. Aspectos ambientales en Sampués.....	121
Tabla 19. Características del tiempo de organización en Sampués	122
Tabla 20. Información general de Coveñas, Sucre	125
Tabla 21. Condiciones sociodemografica en Coveñas.....	128
Tabla 22. Condiciones sacionómicas en Coveñas	129
Tabla 23. Aspectos ambientales en Coveñas	136
Tabla 24. Características del tipo de organización en Coveñas.....	137
Tabla 25. Inventario turístico del departamento de Sucre de los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas.....	140
Tabla 26. Pareto de priorización del proyecto “Diseño del producto turístico Cultura Sabanera Para el Departamento de Sucre”.....	142
Tabla 27. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos. Ciénaga de la Caimanera	144
Tabla 28.Hoteles interesados en participar en la ruta artesanal.	146
Tabla 29. Restaurantes interesados en participar en la ruta artesanal.	151
Tabla 30. Transportes que operan en Sucre	154
Tabla 31. Agencias de viajes en Sucre.....	156
Tabla 32. Inventario de algunos representantes del talento humano artístico.....	157
Tabla 33. Paquete “Ruta HURU Artesanal”	158
Tabla 34. Diseño de ruta artesanal Huru.....	161
Tabla 35. Estructura de costos para el día No.2.....	165



Tabla 36. Ficha técnica No. 3.....	176
Tabla 37. Resultado encuesta de mercado. ¿Cuál es su lugar de residencia?	178
Tabla 38. Escenario No.1	181
Tabla 39. Proyecciones de demanda para la ruta. Escenario 1	181
Tabla 40. Pronóstico de pasajeros por aeropuerto de Montería	182
Tabla 41. Pronóstico de posible demanda internacional aeropuerto de Montería para la ruta artesanal	182
Tabla 42. Pronóstico de posible demanda por turismo interno llegada de vehículos	183
Tabla 43. Requisitos de sostenibilidad Norma Técnica Sectorial NTS TS 003.....	203
Tabla 44. Propuesta de indicadores de sostenibilidad para la operación del proyecto	206



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama del proceso productivo de tejeduría en telar vertical	64
Figura 2. Fases de elaboración del sombrero vueltaio	70
Figura 3. Secuencia productiva del oficio artesanal en caña flecha.....	72
Figura 4. Proceso productivo caña flecha	74
Figura 5. Algunas semillas utilizadas para elaboración de cuadros con semillas	75
Figura 6. Cuadro de la técnica de artesanías en semillas	76
Figura 7. Proceso de elaboración de los cuadros con semillas	77
Figura 8. Tejido de caña flecha por metro	84
Figura 9. Resultados de encuesta ¿Cómo aprendió el oficio?.....	85
Figura 10. Resultado de la encuesta. ¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad cómo?	85
Figura 11. Resultados de la encuesta. ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio?	86
Figura 12. Resultados de la encuesta. ¿En la actividad artesanal a que se dedica? ¿Al elaborar sus diseños lo hace por?.....	87
Figura 13. Resultado de la encuesta. ¿Cómo consiguió principalmente la materia prima?.....	88
Figura 14. Resultado de la encuesta. ¿Cuáles son las principales dificultades para acceder a la materia prima?.....	89
Figura 15. Resultado de la encuesta. ¿En los últimos años ha realizado cambio o desarrollos en la elaboración de los productos?.....	90
Figura 16. Resultado de encuesta Morroa. ¿En la actividad artesanal usted se dedica a? ¿Al elaborar sus diseños los hacer por?.....	100
Figura 17. Resultado de encuesta Morroa. ¿El reconocimiento por sus habilidades en el oficio artesanal proviene de? ¿Qué estudios tiene?.....	101
Figura 18. Resultado de encuesta Morroa. ¿Qué tipo de materia prima utiliza?	101
Figura 19. Resultado de encuesta Morroa. ¿Cada cuánto tiempo compró o recolectó la materia prima? ¿En qué lugar o región compró la materia prima para realizar el producto?.....	102
Figura 20. Resultado de encuesta Morroa. Principales dificultades para acceder a las materias primas o materiales.....	102
Figura 21. Resultado de encuesta Morroa. Principales dificultades para enfrentar desarrollos en el producto	103
Figura 22. Resultado de encuesta Morroa. ¿Cuáles cambios ha realizado en la elaboración del producto?	103
Figura 23. Resultado de encuesta Morroa. ¿En cuáles aspectos del producto elaborado y /o fases de la comercialización donde se han incorporado los cambios?.....	103
Figura 24. Resultado de encuesta Morroa. Dificultades en la participación en ferias	104
Figura 25. Resultado encuesta Sampués. Oficios que se desempeñan en la actividad artesanal. ¿Cómo aprendió el oficio?.....	115



Figura 26. Resultado encuesta Sampués. ¿Ha recibido capacitación durante los últimos 3 años?.....	116
Figura 27. Resultado encuesta Sincelejo. ¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad cómo?	116
Figura 28. Resultado encuesta Sampués. ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio, proviene de?.....	117
Figura 29. Resultado encuesta Sampués. ¿En la actividad artesanal a que se dedica? ¿Al elaborar sus diseños lo hace por?	117
Figura 30. Resultado encuesta Sampués. Actividades artesanales.	118
Figura 31. Resultado encuesta Sampués. Principales dificultades para acceder a la materia prima.	119
Figura 32. Resultado encuesta Sampués. Medios de promoción utilizados	119
Figura 33. Resultado encuesta Coveñas. ¿Cómo aprendió el oficio?	130
Figura 34. Resultado encuesta Coveñas. ¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad cómo?	131
Figura 35. Resultado encuesta Coveñas. ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio, proviene de?.....	131
Figura 36. Resultado encuesta Coveñas. ¿En la actividad artesanal usted se dedica a?	132
Figura 37. Resultado encuesta Coveñas. ¿Para elaborar sus diseño los hace por? ...	132
Figura 38. Resultado encuesta Coveñas. ¿Cómo consiguió principalmente la materia prima?.....	133
Figura 39. Resultado encuesta Coveñas. Principales dificultades para acceder a la materia prima	133
Figura 40. Resultados encuesta Coveñas. ¿En los últimos años ha realizado cambio o desarrollos en la elaboración de los productos?.....	135
Figura 41. Resultado encuesta de mercado ¿Con que frecuencia viaja a la ciudad de Coveñas?	178
Figura 42. Resultado encuesta de mercado. ¿Con qué frecuencia viaja a la ciudad de Sincelejo?	178
Figura 43. Canales de distribución a utilizar en la ruta.....	186
Figura 44. Canales directos e indirectos para ser utilizados durante la operación de la ruta artesanal	187
Figura 45. Propuesta de imagen para la Ruta Artesanal Huru	189
Figura 46. Propuesta de imagen para Ruta Artesanal Huru con su significado	190
Figura 47. Modulo ensamblado para ser utilizado en los atractivos de la ruta	195
Figura 48. Diseño del módulo en un ambiente natural	195
Figura 49. Vista lateral del módulo en un ambiente natural	196
Figura 50. Propuesta de Mobiliario.....	197
Figura 51. Propuesta de senderos para la ruta.....	199
Figura 52. Propuesta de adoquines peatonales para ser implementados en la ruta...	200
Figura 53. Propuesta de senderos para la ruta.....	200
Figura 54. Propuesta de vías de acceso.....	201



LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Evidencias fotográficas del trabajo de campo de la investigación	212
Anexo 2. Encuesta de Artesanías de Colombia, utilizadas para caracterizar el sector artesanal asociativo	222



GLOSARIO

Turismo: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, 2008).

Producto Turístico cultural: Un producto cultural se funda y destaca por su fuerte vínculo con la comunidad local, ya que los habitantes y sus modos de vida son el atractivo diferenciador entre un destino turístico y otro. En definitiva, es el sello que hace que un lugar sea agradable y único para visitar, es lo que lo hace diferente. Dicho producto, debe estar compuesto por cinco elementos básicos, recursos básicos, atractivos turísticos, planta turística, servicios complementarios e infraestructura y equipamiento urbano (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2015).

Ruta Turística: Es un recorrido trazado para que el turista visite determinada zona de interés turístico, o atractivos turísticos específicos, que la componen. Se conocen 2 tipos de rutas turísticas: Las rutas circulares, y las rutas punto a punto o lineales, cuyas etapas están determinadas por los atractivos turísticos en sí (Ruta del Café, 2011).

Asociatividad: La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común (González, 2013).



Artesanía: actividad de transformación para la producción de bienes que se realiza a través de las especialidades que circunscriben los oficios y que se llevan a cabo con predominio de la energía humana de trabajo, física y mental, complementada, generalmente, con herramientas y máquinas relativamente simples; condicionada por el medio ambiente físico (factor de delimitación del espacio) y por el desarrollo histórico (factor de circunscripción sociocultural en el tiempo) (Artesanías de Colombia, 1989).

Diseño del producto turístico: el destino debe estar preparado para disponer de los elementos necesarios, en el nivel de calidad requerido, para que los operadores (posteriormente) integren los paquetes turísticos. Implica una visualización por parte de los agentes del desarrollo de la cadena productiva del turismo y un compromiso colectivo para lograr su fortalecimiento (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2006).

Artesanía indígena: producción de bienes útiles, rituales y estéticos, condicionada directamente por el medio ambiente físico y social, constituye expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas; elaborada para satisfacer necesidades sociales, en la cual se integran, como actividad práctica, los conceptos de arte y funcionalidad y se materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, conocimiento transmitido directamente a través de las generaciones (Artesanías de Colombia, 1989).

Artesanía tradicional popular: producción de objetos útiles y estéticos, realizada en forma anónima por el pueblo que exhibe completo dominio de los materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad, producción realizada como oficios especializados que se transmiten de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con



que se identifican principalmente las comunidades mestizas y negras, cuyas tradiciones están constituidas con el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos (Artesanías de Colombia, 1989).

Artesanía contemporánea o neoartesanía: producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyos procesos se sincretizan elementos técnicos y formales procedentes de otros contextos socioculturales y otros niveles tecno-económicos; culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y tiende a destacar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo (Artesanías de Colombia, 1989).

Artesano: persona que ofrece una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas. Trabaja de forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes su esfuerzo físico y mental (Artesanías de Colombia, 1989). El taller artesanal es identificado como predominantemente por su integración familiar y división del trabajo. Lo dirige el Maestro Artesano, quien tiene el conocimiento pleno de las técnicas y diseños de la artesanía según su especialidad y dispone de la conservación y cambios en los diseños (De Los Rios Arellano, 2011).

Taller artesanal: espacio físico y operativo (que bien puede ser parte de la vivienda), delimitado para la ejecución de las actividades de un oficio o rama especializada de la producción, generalmente, enmarcado en una expresión cultural particular; actividades mediante las que los ejecutores participantes, al



mismo tiempo que transmiten —o asimilan— los conocimientos de la profesión de acuerdo con sus respectivos niveles profesionales, elaboran una determinada clase de bienes mediante la transformación de unas materias primas, utilizando los elementos técnicos allí instalados (Artesanías de Colombia, 1989).

Oficio: especialización del saber, transformador de recursos naturales o materia primas, mediante la aplicación creativa de procedimientos e instrumentos específicos, desde el hacer y el sentir se unen para la obtención de objetos (Artesanías de Colombia, 1989).

Cultura material: conjunto de objetos utilizados por el hombre y que forman parte de su vida cotidiana. Fabricados en diversos materiales como piedra, cerámica, tejidos, hueso, madera o vidrio, empleados por sus dueños, manufacturados o no, aportan información sobre las personas que las fabricaron o fabrican, utilizaron o utilizan, representando sus valores, pensamiento, estructuras económicas, organización social, creencias religiosas o necesidades estéticas (Artesanías de Colombia, 1989).

Sostenibilidad: Enfoque de desarrollo que se fundamenta en una visión de largo plazo y en la armonización entre crecimiento y conservación. Incluye las tres dimensiones como son lo social, lo económico y lo ambiental (Norma Técnica Sectorial NTS TS 003).



RESUMEN

El dinamismo del turismo ha conllevado a la creación de nuevos productos turísticos, con la finalidad de satisfacer las necesidades específicas de los clientes hacia ciertos tipos de turismo, obedeciendo a la integración de dos o más de ellos. En esta investigación se presenta una caracterización de los artesanos asociados legalmente, para poder diseñar un producto turístico cultural “Ruta Huru Artesanal” desde la asociatividad, en la búsqueda de potenciar la conservación de la cultura, identidad y desarrollo de la comunidad. La metodología es la propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, junto con el criterio de otros autores; el eje transversal son las artesanías elaboradas en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas, donde en este último además del disfrute de lo cultural, se tendrá una experiencia de sol y playa. Al final, se incluyen sugerencias acerca de la sostenibilidad, diseño técnico, señalización turística, en temas de capacitación y algunas estrategias para comercializar la ruta.

Palabras Claves. Turismo; Producto Turístico Cultural; Ruta; Asociatividad; Artesanías; Sostenibilidad.

ABSTRACT

The vitality of tourism has led to creation of new tourist products, with the purpose of satisfying the specific needs of customers that look for certain types of tourism, toward the integration of two or more of them. In this research it is characterized the groups of craftsmen associated legally, in order to design a tourist and cultural product called "Ruta Huru Artesanal" from artisanal associations, toward the enhancement of the conservation of culture, identity and development of the community. The methodology is proposed by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, along with the criteria of other authors, where the transverse axis are the handicrafts made in the municipalities of Sincelejo, Morroa, Sampués and Coveñas; in addition, the last municipality has the sun and beach to enjoy. At the end, It is included suggestions about the sustainability, technical design, tourist signs, training and some strategies to commercialize the route.

Keywords. Tourism; Cultural Tourism Product; Route; associativity; crafts; Sustainability.



INTRODUCCIÓN

La presente investigación describe desde la pregunta problema, cómo realizar una ruta turística artesanal en el departamento de Sucre, contextualizada desde las asociaciones artesanales que se encuentran en Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas.

Es claro que existen innumerables personas, en este caso los artesanos, que producto del aprovechamiento e ingenio por transformar los recursos que la naturaleza le proporciona, hacen de un arte su medio de supervivencia (Fierro & Lopez, 2011). Sin embargo, justamente se coloca en manifiesto las limitaciones para la conservación de la actividad artesanal y la oportunidad de hacer del turismo una fuente de desarrollo que permita mejorar sus condiciones, más allá de la concepción objetual de una artesanía como un *souvenir*, sino más bien como la puesta en valor de una expresión de diversidad y riqueza cultural para el turista, quien conociendo e interactuando con estos mensajeros del arte pueda vivenciar una experiencia gratificante.

En primera instancia, en el capítulo 1 se abordan las concepciones teóricas propias de una ruta, algunas metodologías utilizadas para el diseño de las mismas y el turismo con sus implicaciones; seguidamente el capítulo 2, permite contextualizar la investigación con las vías de acceso a los sitios y los procesos artesanales, en Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas. Seguidamente los capítulos 3, 4, 5, 6 exponen detalladamente las asociaciones artesanales y su actividad para cada uno de los municipios en estudio en cuanto a, características sociodemográficas, económicas, productivas, habilidades del artesano y su grupo familiar, diseño condiciones ambientales y estructura organizacional asociativa, entre otras. Finalmente, en el capítulo 7 se procede al diseño de la ruta turística según las metodologías previstas inicialmente, mostrando los resultados de la investigación desde las particularidades de inventario, los

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar
CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

resultados de la construcción colectiva para la estructura técnico operativa y análisis económico con el previo estudio del mercado.



0. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

0.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo como actividad económica en el departamento de Sucre, muy a pesar de ser potencialmente lucrativa para la mayoría de las empresas involucradas en la prestación de servicios, no ha alcanzado un grado de aprovechamiento que le permita participar en el desarrollo económico sucreño como una de las principales fuentes generadoras de recursos (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sucre, 2011).

Asimismo, es preciso destacar que no se encuentran propuestas turísticas en las cuales se acentúen y se den a conocer los sitios artesanales como parte de la identidad cultural de los sucreños, a pesar de existir programas de fortalecimiento diseñados por el Viceministerio de Turismo para preservar muchas formas de manifestaciones culturales, que estén asociadas a la “capacidad relacionada con la imaginación, la cual devela la potencia creativa del ser humano identificando los imaginarios de lo que somos y lo que queremos, para abrir el mundo” (Cancillería de la República de Colombia, 2014).

La identidad cultural juega un papel muy importante en el desarrollo de los pueblos, hombres conscientes de su raíz tendrán también metas mucho más claras sobre el papel que tienen que cumplir frente a los nuevos retos de la sociedad (Sanchez, 2010).

Por otro lado, existen innumerables personas que su medio de supervivencia se basa en el aprovechamiento e ingenio por transformar los recursos que la naturaleza le proporciona (Fierro & Lopez, 2011), como es el caso de los productores artesanales ubicados en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas. Las diferentes artesanías elaboradas, brindan una gran oportunidad de poder entrar a competir en diferentes países del mundo y la falta de promoción, ha dado lugar



a que éstas únicamente se comercialicen en el mercado local en volúmenes reducidos (Querembás Hernández & Rivera Paspuel , 2013). Uno de los problemas que enfrenta el artesano es el desconocimiento de las necesidades del mercado, razón por la cual, producen sin enfocar sus esfuerzos a nichos específicos que le permitan tener una mayor rentabilidad y aceptación por parte de los clientes (Fierro & Lopez, 2011).

La Política de “turismo y artesanías” promueve la creación de estímulos para la comercialización del producto artesanal, pretende también fomentar la incorporación del componente artesanal en las campañas de promoción de los destinos y productos turísticos, promover alianzas estratégicas para la inversión en el desarrollo de productos turísticos, en los cuales se privilegie su vocación artesanal. Los ejes temáticos de la misma, apuntan hacia la salvaguardia del patrimonio cultural, la competitividad, productividad, la pertinencia étnica, desarrollo comunitario (Política de Turismo y Artesanías, 2009). En dicha política solo resalta las hamacas de Morroa, tejeduría en telar, producto artesanal sin embargo, Sucre también posee artesanías en caña flecha como el sombrero vueltaio, icono nacional y otras que no se conocen.

En el departamento de Sucre, el sector artesanal presenta baja capacidad empresarial, inexistencia de gestión comercial y financiera, debilidad asociativa y poca innovación. Por lo tanto, es fundamental la realización de una investigación que apunte al diseño de la ruta turística desde las Asociaciones Artesanales en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas, esto con una connotación de incidencia nacional, toda vez que Colombia en todas sus regiones posee expresiones artesanales.

Con base en lo planteado, se concibe la siguiente pregunta problema:

¿Cómo diseñar una ruta turística artesanal desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas?



0.2 OBJETIVOS

0.2.1 Objetivo General

Diseñar una ruta turística artesanal, desde las asociaciones mediante el aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural para el desarrollo local en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas en el departamento de Sucre.

0.2.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teórica y metodológicamente el diseño de la ruta turística artesanal, desde las asociaciones, como producto cultural para la promoción y el desarrollo local.
- Caracterizar el sector artesanal asociativo en la zona de estudio, mediante fuentes primarias de recolección de información, como actores principales para la interacción con los turistas.
- Diseñar la propuesta de una ruta turística artesanal, a través del intercambio y reconocimiento cultural, para la dinamización del desarrollo local, en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas en el departamento de Sucre.



0.3 JUSTIFICACIÓN

La denominación de producto turístico artesanal se fundamenta en el elemento hospitalidad y recursos culturales: “incluye aquí toda riqueza cultural de una región que hace posible la estancia satisfactoria de turistas. Otras manifestaciones de cordialidad, amistad y expresiones de cualquier área: bellas artes, literatura, historia, música, arte dramático, danza, compras, deportes y otras actividades” (Ochoa Llamas, Conde Pérez , & Maldonado Hinojosa, 2012).

La UNESCO apoya a las artesanías a través de la publicación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, donde menciona que es necesario proteger la diversidad cultural, fomentando la creatividad y el desarrollo y que parte del patrimonio cultural inmaterial, se manifiesta en técnicas artesanales tradicionales, entre otras (UNESCO, 2003).

Las iniciativas establecidas por Artesanías de Colombia, como una empresa de economía mixta, se encaminan hacia el progreso del sector artesanal. Allí se documenta como está el sector para los departamentos de Colombia, con proyectos claros para algunos de ellos, sin embargo no existen iniciativas concretas para Sucre, aun cuando el Censo Económico Nacional de 1988 realizado por ellos, determinó la mayor concentración de población artesanal en primer lugar para el departamento de Nariño (14,34%) y en segunda instancia Sucre (10,06%), cifras que actualmente están siendo ajustadas (Artesanías de Colombia, 2015).

La ruta turística artesanal, también es concebida como la búsqueda de una conexión del viajero con los oficios artesanales, un turismo vivencial en el cual la persona se sumerge en el contexto para ser parte de este y poder entenderlo. No solo debe pensarse en la recepción de turistas, también y sobre todo debe pensarse como estrategia sociocultural, para:



“Re-crear, re-significar las dinámicas sociales y culturales alrededor de la producción artesanal como una responsabilidad social de apropiación de ese patrimonio para volver a hacerlo, posiblemente con otros contenidos, otras estrategias, con alta calidad en la elaboración, en Colombia es un reto ya que está relacionado no solo con las formas de hacer la artesanía tradicional sino de las nuevas formas y maneras de hacer artesanía”(Bautista, 2011 citado de (Lopez, Parra, & Peña, 2011, pág. 36)).

En Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 "Prosperidad para Todos", incorporó el turismo como un pilar de desarrollo, hecho potencializado por el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018, que tiene como uno de sus objetivos: impulsar el desarrollo y consolidación de destinos y productos turísticos competitivos y sostenibles a nivel regional y territorial, a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural, étnica y cultural. En ese sentido, el Ministerio de Cultura (2014) en asocio con Artesanías de Colombia señala que la artesanía es la actividad creativa de producción de objetos, realizada con predominio manual, ayuda de herramientas y maquinaria simples con un resultado final individualizado, determinado por el medio ambiente, el desarrollo histórico y resulta elemento clave del patrimonio cultural (Plan Nacional de Desarrollo Colombia, 2010-2014).

Ahora bien, en el Plan Sectorial de Turismo del Departamento de Sucre 2011 – 2020, expresa que la riqueza natural y cultural del territorio implica aprovechar las potencialidades turísticas de esta subregión basado en la diversidad natural, étnica, y cultural plantea:

“Impulsar estrategias de turismo cultural en artesanías, gastronomía, ferias y fiestas, patrimonio, etnoturismo y turismo religioso; e igualmente en la Ley General del Turismo o Ley 300 de 1996, y se enmarca en la Política Nacional de Turismo definida en el Conpes 3397 de 2005, y en la agenda departamental para la



productividad y la competitividad del departamento de Sucre” (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sucre, 2011, pág. 38).

Dando continuidad a lo anterior, el Plan de Desarrollo de Sucre 2016-2019 en su eje número 2 “Sucre hacia la transformación de los sectores productivos, la innovación y competitividad. Sostenible y bajo en carbono”, establece en la estrategia número 3 “turismo para todos”, adelantar acciones promocionales para el sector turístico, atrayendo flujos de turistas, ocupación hotelera y de recepción de turistas, que se evidencia en el programa: Sucre turístico y atractivo (Plan de Desarrollo de Sucre, 2016-2019)

En términos jurídicos es conveniente anotar, que actualmente se encuentra aún pendiente el proyecto de Ley 14 del 2014 del Senado, para primer debate en el Senado al 20 de Julio de 2016, sobre normas de protección a la actividad artesanal sostenible, su promoción, fomento, desarrollo y la seguridad social integral del artesano y artesana productor en Colombia.

Por otra parte, esta propuesta investigativa se suma a la finalidad de promover e incentivar el turismo y el deseo de fomentar la identidad cultural de los lugares turísticos, con el involucramiento y participación de las etnias de la zona de estudio, para mantener vivas las costumbres y tradiciones.

Finalmente, los beneficiarios directos de la investigación son todas las personas propietarias, actores y agentes que intervienen en el sector turístico: hoteleros, agencias de viaje, empresas de transporte, operadores receptivos, trabajadores de los sitios artesanales y asociaciones artesanales que se tomarán en cuenta en la ruta artesanal cultural. Todos los que se encargarán de satisfacer las mismas necesidades recreativas y turísticas de los visitantes propios y foráneos e incrementar sus ingresos con esta nueva alternativa.



0.4 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El documento estado del arte del sector artesanal en Latinoamérica, se constituye en un importante referente del sector en donde Colombia está incluido, específicamente la región Caribe y Quindío (Estado del Arte del Sector Artesanal en Latinoamérica, s.f.).

Con aproximaciones de índole conceptual, las nociones de desarrollo económico local (DEL) y de cohesión social (CS), para Latinoamérica, subvencionado por la unión Europea, expresa como la potenciación de procesos de desarrollo económico de un territorio requiere una triple estrategia innovadora por parte de los gobiernos locales. Por una parte, requiere *movilizar recursos y actores clave del territorio* y alinearlos a un conjunto de objetivos estratégicos colectivos. Por otra, requiere *incrementar el grado de vinculación e integración de la economía local a los mercados*. Presenta también, una propuesta de políticas que muestran mayor efectividad para el desarrollo de la estrategia combinando el modelo DEL-CS. Ellas son una selección que surge del análisis de los estudios de caso y de otras experiencias similares (Rosales & Urriola, 2012).

El trabajo práctico de una maestría en diseño, de la Universidad de Palermo con referencia a Colombia, denominado método guía para optimizar la calidad de una artesanía desde su proyección objetual, presenta la necesidad de *desarrollar los tres componentes de la artesanía: identidad cultural, diseño y manejo productivo* (De Los Rios Arellano, 2011).

En el artículo “*programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes: un análisis desde la visión del desarrollo endógeno*”, en las primeras reflexiones, se concluye preliminarmente que:



“el PROFODE (programa del Citur de Argentina) es una actividad diversificadora y dinamizadora del territorio, con base en los recursos propios y genuinos de cada localidad, puede convertirse - ya sea en una actividad económica complementaria, ya sea en una actividad económica principal - pero en cualquier caso, es uno de los motores factibles de promover un verdadero proceso de desarrollo local en estos “destinos emergentes”, tanto desde la perspectiva de la eficiencia económica, del equilibrio ambiental, como de la equidad social, tal como lo plantea Cotorruelo Menta” (Toselli, 2009, págs. 109-124).

En cuanto a rutas y definiciones, se puede mencionar:

En el sentido investigativo, particularmente a ruta la denominada Kunan Purina, es un producto turístico eco social sostenible, que fue diseñado con la participación de la población indígena de la cuenca del río Chimborazo (Ecuador), artesanos y otros grupos de interés involucrados en el turismo para la ciudad de Guano, se fundamentó en el potencial turístico de su territorio y las tendencias y exigencias del turismo. De los resultados de esta investigación se concluyó que:

“la creación de rutas turísticas contribuye a la relación entre las comunidades rurales y urbanas para beneficiarse económica y socialmente; bajo criterios de equidad, favoreciendo la cohesión social y territorial; contribuye a la conservación del medio ambiente, la identidad de sus poblaciones y la calidad de vida, se demuestra una ruta como alternativa productiva eco social para la gestión sostenible de las cuencas andinas” (Muñoz Jácome, Esparza, Gaibor, & Torres, 2014, pág. 194).

En contraste con la anterior referencia, el artículo, “*los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*”, analiza las causas que explican la proliferación de rutas turísticas e itinerarios culturales como un fenómeno global y las consecuencias que pueden tener en los territorios donde se implantan. Se establece una tipología de rutas y se estudia el controvertido concepto de itinerario cultural



conforme a las propuestas del Consejo de Europa e ICOMOS. Posteriormente se examinan distintos proyectos de rutas y caminos históricos en la sierra de Ayabaca (Piura, Perú) y se abordan los potenciales impactos que la creación de estos productos turísticos puede suponer para el desarrollo de las poblaciones donde se aplican. En el artículo se plantea que los proyectos de rutas diseñados en el área de estudio carecen de una visión holística del patrimonio que promueva su puesta en valor como conjunto, por lo que fragmentan el territorio al dinamizar unas zonas en detrimento de otras. Este mismo artículo expresa que la definición de Itinerario Cultural elaborada por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) y ratificada por la asamblea general del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios ICOMOS en 2008 es la siguiente:

“Toda vía de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica al servicio de un fin concreto y determinado (2008:2). Esta vía debe, según ICOMOS, ser un espacio de intercambios multidimensionales, continuos y recíprocos capaz de generar una gran riqueza patrimonial y fecundas relaciones históricas entre distintos pueblos” (Hernández Ramírez, 2011, págs. 225-236).

Como casos importantes podemos mencionar internacionalmente, las experiencias en México, quienes desde el 2004 hasta el 2011, tipifican las rutas, con una clasificación específica:

- Viajeros que preparan rutas individuales para usufructo propio o de su familia
- Prestadores de servicios turísticos que crean rutas para individuos o grupos
- Comunidades que establecen rutas receptoras
- Instituciones sin fines de lucro que incentivan y ofrecen soporte a proyectos que construyen el acceso a los medios de comunicación y a internet amplió las posibilidades para que una persona sin formación específica o capacitación en el área de agencias de viaje pueda construir su propia ruta. Sin embargo así mismo, los paquetes turísticos continúan siendo demandados por los individuos, familias o grupos constituidos, ya sea por la comodidad de los



servicios ofrecidos o por los bajos precios alcanzados en la negociación de la cantidad (Ivera, Alberti, Verónica, & Mendoza, Enero- Abril 2008).

Con referencia a las participaciones comunitarias y asociativas en rutas:

Se estima importante el artículo “*La valoración del diálogo en la construcción e implementación de rutas turísticas*”, presenta un relevamiento de los principales debates que movilizan los estudios en el área de turismo en la actualidad, identificando la planificación participativa como una de las soluciones más recurrentes, aunque es reconocida como una difícil tarea principalmente ante las negociaciones que suscita. De las actividades que integran la planificación, se destaca el proceso de creación de una ruta que en este artículo fue tratado como expresión del diálogo y la negociación entre los actores sociales directamente involucrados, para potenciar los beneficios generados por el turismo. Se realizó una revisión bibliográfica que da soporte al debate sobre la creación de rutas de diálogo. Para estructurar el debate se dividió la creación de rutas en cuatro grandes tipos diferentes. Luego, se expusieron los proyectos que ilustran el cambio de paradigma y que se ocupan de la creación y comercialización de las rutas turísticas. Así, la ruta se establece como herramienta de diálogo, abierta a las diferencias, sin modelos o modos preestablecidos y resultantes de las interacciones en el sitio (Egrejas, Bursztyn, & Bartholo, 2013).

La creación de una ruta turística realizada a partir de una localidad es precedida por otras etapas que pueden ser motivadas por varias razones. Idealmente, se espera la existencia de debates anteriores y cierto nivel de consenso entre los líderes administrativos, empresariales y comunitarios en el uso del turismo como un medio de desarrollo local. Pero, en la práctica son raros los casos en los cuales las aspiraciones pueden ser satisfechas plenamente. En una de las experiencias documentadas se observó la importancia de la participación activa del visitante (Egrejas, Bursztyn, & Bartholo, 2013).



Finalmente, para Colombia se requiere mencionar algunos casos con características de mayor preponderancia:

Por la relevancia del sector micro empresarial en la región del Tolima Colombia, existe interés en el sector público y privado por lograr su alto nivel de competitividad, para que puedan insertarse sin dificultad en los mercados globalizados. El artículo revisa si las empresas alcanzan un mayor nivel de competitividad cuando trabajan de manera individual o cuando lo hacen unidas a otras empresas de la misma naturaleza. El resultado del estudio arrojó que el nivel de competitividad de las empresas del sector turístico del departamento del Tolima que trabajan individualmente es del 21.5% y el nivel de competitividad de las empresas que trabajan colectivamente es del 58%, siendo mayor el nivel de competitividad que cuando trabajan de manera individual. Este análisis resulta interesante, teniendo en cuenta que la parte artesanal de la ruta de éste estudio será prevista desde la asociatividad artesanal (Buitrago Mejía, 2015).

La otra experiencia significativa se hizo en Bogotá, mediante una investigación contratada por Artesanías de Colombia, obteniendo un resultado diagnóstico (estado del arte) sobre los oficios artesanales, donde se ubican las y los artesanos que los practican y definieron los términos y textos para realizar un mapa turístico-artesanal (el trabajo gráfico lo realizó el CDA/área de Diseño de Artesanías de Colombia), determinando específicamente la ubicación de estos oficios y productos por localidad. En éste trabajo se menciona la “Ruta de Aprendizaje”, con un carácter vivencial, que contempla espacios de intercambio, análisis y reflexión en un proceso continuo de formación y la Ruta Turística Artesanal- Cultura Viva Maya Chorti, geoturismo, con un eje temático en artesanías, determinado por la elaboración de piezas (Lopez, Parra, & Peña, 2011).



En todo caso en esta última lo que se observa es la planificación de ocho rutas capitales adicionales, que son complementarias a la ruta artesanal.

Para destacar en cuanto a turismo cultural, planteado como una alternativa de desarrollo y de salida de las secuelas del conflicto, está “la Ruta por la Vida “por los Montes de María. Las zonas de post-conflicto requieren ser recuperadas, revitalizadas y puestas en valor, por esta razón una comunidad de artesanos, golpeados por la violencia, desde sus diversas prácticas y artes buscan la reconstrucción, mediante éste producto turístico (Huertas Cardozo & Santos Gómez, 2015).



0.5 METODOLOGÍA

0.5.1 Tipo y método de investigación.

El presente estudio es de carácter descriptivo-analítico, pues contiene atributos y elementos fundamentales del levantamiento de información referente a las asociaciones artesanales existentes y posibles actores del sector turístico, en la zona de estudio de la investigación.

0.5.2 Delimitación de la información.

Esta investigación se llevó a cabo desde julio de 2015, hasta septiembre de 2016, en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas del departamento de Sucre.

0.5.3 Población y Muestra.

Universo: Asociaciones artesanales, según número de integrantes, en los municipios de Sincelejo, Sampués, Morroa, Coveñas.

Tipo de muestreo: muestreo aleatorio simple

Tamaño de la muestra necesario: Aplicación estadística de acuerdo a:

$$n = \frac{N \times z^2 \times p \times (1-p)}{e^2 \times (N-1) + z^2 \times p \times (1-p)}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la Población

p = Probabilidad de que un individuo posea la característica del estudio

1 - p = Probabilidad de que un individuo no posea la característica del estudio



e = Error que se está dispuesto a tolerar

z= Ordenada de la distribución estandarizada correspondiente al nivel de confianza

Asignando los pesos relativos, para determinar el número de ellos a encuestar.

Para los atractivos y valoración interna de la cultura local, se tomará como base los últimos estudios realizados por la Gobernación de Sucre y los talleres con la comunidad e integrantes del sector turístico alojamientos del sitio o cerca al lugar, tour operadores, agencias de viajes, guianza o representantes conocedores de los municipios, disponibilidad de transporte público y otros, según potencialidades y disposición para ser incluidos o integrados al diseño de la ruta.

0.5.4 Muestra real obtenida por la investigación

La muestra de asociados entrevistados, se evidencia de acuerdo al número de asociaciones identificadas como activas en los municipios y en las bases de datos de la cámara de comercio en los años 2015 o 2016 (Tabla 1).

Tabla 1. Muestra de asociados en cada municipio

Muestra para asociaciones			
Personas en las asociaciones	Universo	Peso	No. Encuestas/realizadas
Asociación artesanías en Coveñas	11	8	8
Asociación en San Antonio, San Martín, Alto Plano y Sincelejo	43	32	33
Asoar Morroa	15	11	11
Artesum	16	12	12
Asociaciones en Sampués y zona rural	49	37	37
TOTAL	134	100,0	101
Otras en el campo			



Casa de la hamaca(Precop)		6
Fundación Luz de Esperanza		2
Asoc. Desarrollo Artesanal Zenú (Calle Larga) , Asoc .madera, Cuero y talabartería		5
Comunidad indígena Cabildo El Mamey (Coveñas)		6
TOTAL		120

Fuente. Estudio ruta artesanal- Autores.

0.5.4.1 Característica inicial de artesanos constituidos

Se solicitó ante la Cámara de Comercio de Sincelejo, bases de datos de asociaciones artesanales vigentes hasta los años 2015 y 2016, para verificar el número de asociaciones existentes. Posteriormente, se visitó esa misma entidad para investigar la constitución de las asociaciones, el objeto de estudio, para finalmente ser confrontadas en el campo (Tabla 2).



Tabla 2. Asociaciones constituidas en la zona de estudio, para efectos de la investigación

Nombre Asociación	Constitución-Año	Número asociados iniciales	Tipo de artesanía que se estudiará en la investigación
Asociación de artesanos del Golfo de Morrosquillo y la sabana “Corartes”		No acta inicial	Para el trabajo, solo en Totumo, llaveros, alcancía y calabazo
Asociaciones de Artesanas de Alto Plano (San Antonio -Sincelejo)		32	Caña flecha
Asociación de Artesanas de la Pastora (San Antonio-Sincelejo)		24	Caña flecha
Asomartin (San Martín Sincelejo) Asociación de mujeres		No acta inicial	Caña flecha
Asociación de Artesanos de Sucre			Caña flecha, totumo, coco
Asoar (Morroa) Asociación de artesanos de Morroa		15	Tejeduría en telar
Artesum (Morroa)		62-35	Tejeduría en telar
Asmitasam (Sampués)	21 de agosto de 2003	20	Parte de la cadena de abarcas “tres puntá”
Asociación del sombrero			
Asodemusip Asociación de mujeres organizadas de Santa Inés de Palito (Sampués)		25	Tejeduría en telar
Asoproarsan (asociación de productores de artesanías de Sampués)	Acta 30 de noviembre del 2011	6	Caña flecha



Asociación de mujeres artesanas tejedoras de San Luis- Asomuartes	Acta de Agosto de 2006 inicial	12	Tejeduría en telar
---	--------------------------------	----	--------------------

Fuente. Estudio ruta artesanal- Autores, a partir de información Cámara de Comercio Sincelejo

En el momento de realizar las visitas se hizo necesario involucrar otros actores que resultaron importantes por su influencia al tipo de investigación, tales como el Grupo Pre Cooperativo Artesanal LTDA, la Asociación de Curtiembres de Sampués, el Grupo Cabildo Indígena del corregimiento “El mamey” y la Asociación de Microempresarios y Talabarteros de Sucre, cada uno destacado por su actividad económica y su antigüedad de constitución de la asociación (Tabla 3).

Tabla 3. Otros grupos asociativos de interés para la investigación

Otros			
Grupo pre cooperativo artesanal Ltda. (Casa de la Hamaca)	Acta 9 de Abril del 2006	19	Tejeduría en Telar
Asociación de curtiembres. de Sampués Acusam	Fundadores iniciales	17	Solo se tomaron los de la cadena para abarcas “tres puntá”
Grupo Cabildo indígena de Coveñas. “ El Mamey”			Semillas para cuadro cultural etnia Zenú, caña flecha
Asociación industrial de la madera en Sampués			Solo quienes elaboraban la mecedora “maría palito”
Asociación de microempresarios y talabarteros de Sucre			Parte de la cadena abarcas “tres puntá”



Fuente. Estudio ruta artesanal- Autores, a partir de información Cámara de Comercio Sincelejo y Alcaldías municipales.

Muestra para sector hoteles y alojamientos

El sector hotelero en la zona de estudio, según registros de la Cámara de Comercio en el 2015, está conformado por 146 establecimientos en la totalidad, es decir, se encuentran 51 en Sincelejo, en Corozal (ciudad cercana a Morroa) 5, Sampués 7 y en Coveñas 83. Para el estudio se tomarán una representatividad de los mismos, previas visitas de campo directa de acuerdo con su nivel de interés en el proyecto y con base en las condiciones propias de los establecimientos hoteleros para éste tipo de estudio, de igual forma para los restaurantes, operadores, agencias de viaje y con la revisión de los medios de transporte.

0.5.5 Fuentes y técnica de recolección de información.

En esta investigación se utilizará fuentes primarias como observación directa, encuesta estructurada, entrevistas y talleres con los actores posibles de la oferta.

La encuesta estructurada será basada en la realizada y validada por Artesanías de Colombia para revisión del Sector artesanal (sistema de información estadísticos de la actividad artesanal “SIEAA”), en cuanto a:

- Identificación y Localización
- Características sociodemográficas del artesano y su grupo familiar
- Caracterización económica y productiva
- Estructura y organización social del sector: organizaciones y asociaciones
- Participación en proyectos
- Medio ambiente



Para los productos artesanales, se recurrirá al formato para la elaboración de inventarios turísticos patrimonio cultural e inmaterial, propuesto por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo MINCIT.

Las fuentes secundarias que se utilizarán son bases de datos, revistas, libros, enciclopedias y otras fuentes necesarias para la recolección de información útil para el desarrollo de la investigación.

0.5.6 Fases.

Metodológicamente el proyecto se llevará a cabo en tres fases, las cuales se relacionan y definen a continuación:

1. Fundamentar referencial y metodológicamente el diseño de la ruta turística artesanal desde las asociaciones como producto cultural para la promoción y el desarrollo local.

Mediante recopilación bibliográfica y con la descripción de aportes referenciales que contribuyen a la creación y el diseño de la ruta artesanal como producto turístico, las contribuciones apuntan hacia el turismo cultural, además se presentan las experiencias nacionales e internacionales que tengan correspondencia con el objeto de estudio y que respalden esta investigación.

2. Caracterizar el sector asociativo artesanal como actores principales para la interacción con los turistas, desde la oferta, en la zona de estudio.

La presente investigación pretende determinar los sitios potenciales para el diseño de la ruta turística cultural artesanal en los municipios mencionados de tal forma que satisfagan las necesidades de turistas y a la vez genere un turismo respetuoso de la cultura. Esto hace necesario, inventariar las asociaciones y productos artesanales



priorizados, del sector en estudio. Inicialmente se realizará una búsqueda de toda la información relevante y pertinente sobre los municipios objeto de esta investigación, con la adecuada clasificación de bienes y atractivos turísticos culturales y artesanales de interés; se priorizará del inventario de atractivos turísticos, establecidos por la Gobernación de Sucre, con base en algún diseño de producto o documento inicial que se encuentre disponible, identificando los recursos artesanales con mayor calificación y de importancia por la tradición cultural; con particular atención de los siguientes atractivos artesanales:

- Artesanía Tejeduría en telar: hamacas, mochilas, bolsos y caminos de mesa.
- Artesanía en Tejeduría en caña flecha: Sombrerería, “Sombrero Vueltiao” en sus diferentes presentaciones, bolsos y billeteras.
- Artesanía tradicional popular en curtiembre o tenería: abarca tradicional
- Artesanía indígena: técnica artesanal en semilla, cuadros con semillas.

La recolección de la información en el campo (previa observación directa): incluye visitas individuales a cada sitio o espacio cultural, realización de entrevistas para la revisión de los productos, tipos y características de los mismos teniendo en cuenta los aspectos considerados por la encuesta de caracterización de Artesanías de Colombia.

Como información complementaria a la caracterización, se identificarán los actores turísticos actuales y potenciales relacionados con la ruta cultural artesanal de la zona de estudio, entre ellos, hoteles, agencias, transportes, entidades gubernamentales, administradores, los artesanos y representantes legales de las asociaciones que hacen parte del acervo cultural artesanal de la región, prestadores de servicios turísticos, permitiendo de manera participativa, que involucren sus puntos de vista como actores y conocedores del sector en talleres a realizar durante la investigación.



Se especificará los establecimientos que integren la ruta cultural artesanal, información en cuanto a los siguientes hitos principalmente, para el perfil de los actores turísticos: nombre, ubicación mediante dirección y teléfonos, medios de acceso (todos los que hacen posible llegar al sitio), distancia / tiempo (desde la capital de provincia), Infraestructura básica y servicios.

Por la cantidad de información, en la caracterización de la oferta artesanal, es preferible su procesamiento mediante una base de datos en Microsoft Excel y descripción mediante tablas y/o documento escrito, para los posibles perfiles actores de empresas hoteleras, agencias, operadores y otros.

3. Diseñar la propuesta de una ruta turística cultural artesanal para el desarrollo local del turismo en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas en el departamento de Sucre.

En esta fase se definirá el diseño y las características de la ruta turística cultural artesanal, en la cual se señalen expresamente el itinerario a seguir por el turista, la ubicación en el territorio, la relación de la ruta con los atractivos turísticos del lugar y la estructuración de la ruta (mix del servicio básico – centro del producto, estudio de los posibles clientes y complementarios, los aspectos físicos y materiales, el personal en contacto), según la metodología propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y acorde con las adiciones o implementaciones metodológicas de otros autores contemplados en la conceptualización, que se ajusten a la realidad encontrada en el trabajo de campo.



0.6 LOGROS ESPERADOS

De la siguiente manera, este proyecto de investigación obtendrá los siguientes documentos producto de los resultados de investigación:

- Documento teórico y metodológico de la ruta turística artesanal desde las asociaciones como producto cultural para la promoción y el desarrollo local.
- Caracterización del sector artesanal asociativo, dentro de la zona de estudio.
- Documento técnico sobre diseño de la ruta turística artesanal en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas.

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



1. CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN REFERENCIAL Y METODOLÓGICA

1.1. La actividad turística y el producto turístico

El turismo, es para la “*Organización Mundial del Turismo (OMT)*” un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el desplazamiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con motivaciones personales o de negocios/profesionales.

Por otra parte, Crouch y Ritchie (2003) definen al turismo como un sistema abierto que se encuentra permanentemente influido por los continuos cambios a escala mundial que se producen en el entorno general o macroentorno (económicos, tecnológicos, ecológicos, políticos y legales, socioculturales y demográficos), el cual afecta a todas las actividades económicas y las consecuencias pueden ser tomadas como oportunidades o amenazas para el desarrollo y competitividad de un destino turístico (Crouch y Ritchie, 2003 citado de (Flores Ruiz, 2008)).

Dachary, sustenta la conceptualización anterior al definir el turismo como una compleja actividad cambiante y dinámica acorde a las tendencias del sistema mundial, tanto capitalista o en su momento el socialismo de estado, hasta transformarse en la era de la globalización, en uno de sus pilares económicos e ideológicos, consolidando la industria del ocio (Dachary citado de (Jimenez & Jimenez, 2013)).

Una de las principales características del turismo, se refiere a la multiplicidad de actividades que implican un gasto turístico (Organización Mundial del Turismo OMT, 2008): hoteles y similares, segundas viviendas en propiedad (imputada), restaurantes y similares, servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril,



servicios de transporte de pasajeros por carretera, servicios de transporte marítimo de pasajeros, servicios de transporte aéreo de pasajeros, servicios anexos al transporte de pasajeros, alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros, agencias de viajes y similares, servicios culturales, servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento.

Dichas actividades, al involucrarse en un producto turístico, son capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, bienes y servicios que conforman la experiencia turística y motivaciones del visitante (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) en búsqueda de la satisfacción de sus necesidades y expectativas creadas por la imagen de un destino determinado. Por lo tanto, el producto turístico integra diferentes componentes de la oferta, atractivos del destino, así como las industrias “soporte” de la actividad turística; la experiencia turística, el proceso de obtención de información, la planeación y la reserva del viaje, la guianza, el transporte, la interacción con la población local, y por supuesto el compartir (Turistic, 2014), lo cuales deben ser controlados por varios organismos que pueden ser públicos y/o privados.

El desarrollo de productos turísticos forma parte integrante de la planificación estratégica general del desarrollo del turismo y no debe realizarse de manera aislada, ha de respetar los principios fundamentales del desarrollo del turismo, es decir, debe ser auténtico y autóctono y reflejar los atributos únicos del destino; contar con el apoyo de la comunidad receptora; respetar el entorno natural y sociocultural sin dañarlo de ninguna manera; diferenciarse de los competidores, evitando copiar o imitar sus iniciativas; alcanzar una amplitud suficiente para que su contribución económica sea significativa, pero sin llegar a crear una fuga importante de recursos económicos (Organización Mundial de Turismo, 2013).

1.2 Las rutas turísticas, vistas como producto turístico

Las rutas turísticas son consideradas como un producto turístico, basadas en un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores, cultura y atractivos más



particulares, capaz de atraer visitantes y motivar e impulsar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto (Consultores desarrollo turístico sostenible, 2007). De lo anterior, se puede decir, que para ofrecer al turista una experiencia inolvidable durante su viaje o permanencia en un lugar determinado, se deben crear productos turísticos únicos, planeados de tal manera que aporten una experiencia significativa y positiva.

Otra definición considera como ruta turística un itinerario seguido a partir de un sitio de partida en una determinada dirección, para recorrer un espacio que tiene un sitio final o una llegada, lo que le permitirá percibir una experiencia de viaje. Es la creación de un cluster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Briedenhann & Wickens, 2003 citado por (Yáñez Mancilla, 2013)). Esta explicación cobra vigencia, toda vez que en sí misma, contempla la cooperación entre las diferentes áreas, que para el caso de esta investigación, se requiere por una parte abordar con los actores privados del turismo en Sucre, y en otra con las asociaciones artesanales

Los Miembros del Consejo Ejecutivo de la OMT, en su 98ª reunión celebrada en España, puso de relieve el papel de las rutas turísticas, recordaron que la integración regional se traduce en un mayor desarrollo económico de las regiones y señalaron las infraestructuras, la agilización de los visados, el transporte, las asociaciones público-privadas, la coordinación del sector público y el posicionamiento de marca como factores fundamentales para el éxito de la creación de rutas turísticas (OMT, 2014).

Toda Ruta debe circunscribirse a un espacio geográfico determinado, a una unidad cultural o una comunidad reconocible, estableciendo recorridos e itinerarios que se extiendan por distancias y tiempos razonables, que no abarquen



más de quince hitos o alternativas a visitar, en un plazo máximo de dos a tres días. Más allá de esas magnitudes, la ruta debiera dividirse en tramos o subcircuitos (Consultores desarrollo turístico sostenible, 2007).

1.3 Metodología a seguir en el diseño de las rutas

Se toma como base la metodología formulada por la Secretaría de Turismo de México y adaptada en Colombia por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que, a su vez, recoge elementos de lo que firmas consultoras españolas (como THR de Barcelona) han implantado al respecto. Consta de tres pasos, a saber (Fernandez, 2006):

- Se define el objetivo general del producto, teniendo en cuenta las prioridades y potencialidades del destino y el comportamiento de la demanda. Si se considera necesario se pueden formular objetivos específicos.
- Se define el concepto de producto determinando claramente los beneficios funcionales – aquellos que satisfacen necesidades elementales como alojamiento, comida -, simbólicos – que responden a emociones, status y realización personal - y vivenciales o sensoriales - que ofrece para el consumidor. Es la base para un buen posicionamiento.
- Se estructura el producto, haciendo el mix del servicio básico – centro del producto, lo principal que esperan los clientes - y complementarios – aquellos elementos que le añaden valor al producto central sin opacarlo.

El ejercicio se hace sobre los productos que el destino ha elegido como prioritarios y en los cuales se está especializando. La información que arroja el ejercicio de diseño de producto es útil no sólo para quienes van a estructurar los paquetes turísticos (operadores locales o externos) sino para todos los agentes del desarrollo turístico.



Metodológicamente, se han descrito algunos elementos, según autores como Bernabé, Viñal & Pérez de las Heras (1999) para el diseño de programas e itinerarios en ecoturismo, que bien pueden ser aplicados en otro tipo de productos turísticos, son desde un día o más y pueden ser de forma individual o para grupos, éste último debe proponer un guion general que al menos contenga: información previa, recepción y entrega de materiales, almuerzo y/o comida (según el caso) una zona que disponga de gastronomía local, itinerarios y/o actividades, tiempo libre (dirigido o no), despedida. En los itinerarios es relevante la visita a artesanos y la inclusión de una actividad de costumbres locales, como aprender un baile o una receta de gastronomía (Bernabé, Viñal & Pérez de las Heras, 1999 citado por (Viaals, 2002)).

Es recomendable que las actividades de animación sean realizadas por profesionales, para que sea participativa y contribuya al fomento de relaciones humanas. Los pasos también pueden incluir elementos como cuadernos de campo y folletos generales y de auto guía para turistas donde se facilite la localización espacial (los cuales ahora pueden ser con aplicaciones para celulares), el número guías dependerá del tipo de actividad y de la fragilidad del espacio (también pueden obtenerse explicaciones de manera virtual en aplicaciones telefónicas), el número de turistas debe estar en relación con las infraestructuras, esto es, alojamientos, comedores, etc. Así mismo, se requiere un programa de información y formación del entramado social anexo al itinerario, que a su vez debe tener componentes comerciales; una adecuada señalización, unos servicios mínimos en las proximidades, servicios de mantenimiento, mejora y adecuación de infraestructura, y especialmente un diseño y ampliación del número de itinerarios y de visitantes dentro de los límites de la sostenibilidad ambiental (Viaals, 2002).

Otra metodología, para conformar los servicios y productos turísticos es la propuesta por Francisco Zamorano, que utiliza tres matrices, una primera denominada de *funcionalidad*, relacionada con la parte operativa del servicio, contiene



desplazamientos, formas en que se realizarán las distancias, señalamientos encontrados o necesitados, comodidad y seguridad de los usuarios; la segunda *matriz de interpretación estética*, considera oportunidades interpretativas formales e informales, aspectos técnicos, niveles, grados de cofinanciamiento, oportunidades recreativas secundarias de cada atractivo. La tercera *matriz de integración*, consolida elementos aislados sean estos de ecoturismo, etnoturismo, de aventura, con las oportunidades recreativas de cada atractivo, mostrando un producto integral rico e interesante y facilitando la creación del mismo. Por último se concibe el ordenamiento, la planeación y el diseño (Zamorano, 2012).

De acuerdo con lo anterior cada matriz incluye aspectos específicos de tal forma que la funcionalidad, verifica los requerimientos de los usuarios en cuanto a movilidad, comodidad y seguridad, *entendiéndose* que la *movilidad* a su vez comprende los desplazamientos, forma del recorrido (extensión, satelital, radial, entre otros), las distancias que pueden estar expresadas en kilómetros, tiempo aproximado para hacer algún recorrido o de ambas formas, en función del tipo de recorrido o la forma de desplazamientos, comprende también una información general que al menos contenga destino (lugar a llegar o sendero), distancia (tiempo aproximado del recorrido), forma del sendero (si lo hay), atractivos o puntos de interés, peligros, ayuda a usuarios, señales interpretativas, regulaciones y restricciones. *La comodidad*, que le permitan un recorrido agradable e inolvidable, implica relacionar los elementos de movilidad mencionados con los factores que le son propios a los usuarios (edad, tipo, habilidades) y adecuarlos a los elementos propios de la región visitada (climas, estaciones, acceso al agua). Lo referente a *seguridad*, es una prioridad a buscar, para todos, revisión de terrenos, puntos de auxilio (Zamorano, 2012).

La matriz de *interpretación o atractivos estéticos* prevé la revisión de oportunidades interpretativas sean formales o informales, atractivos escénicos, detalles de diseño y las oportunidades recreativas secundarias. Las interpretativas, a su vez,



como experiencia sea de aventura, ecoturismo, rural, etnoturismo y animación turística, tienen su esencia en el aprendizaje de enriquecimiento sociocultural, humanístico o la forma de actuar de las comunidades locales. Las oportunidades interpretativas formales se desprenden del análisis del inventario de recursos ya realizado, enriquecidos con información histórica, relatos, leyendas, entre otros. Las informales se asocian a fenómenos socioculturales que se puedan observar dentro de la experiencia y sean extraños o curiosos. Por otra parte, los atractivos escénicos, asocian aspectos de carácter físico con los psicológicos, para crear un balance en cuanto a la secuencia en que los atractivos irán apareciendo a lo largo del trayecto; el observador puede crear focos de interés emocionales o interpretativos, si se trata de un atractivo observable se preparan niveles para los mismos (Zamorano, 2012).

La matriz de *integración* agrupa de manera sistemática los atractivos del servicio turístico alternativo, con la visión global de potencialidades, ya sean para turismo rural, cultural, etnoturismo, de aventura u otros de especialidad. De manera más específica confluyen los elementos unitarios que se encuentran en el atractivo para detallar su análisis. Los elementos incluyen, actividades, puntos de interés, tradiciones, manifestaciones culturales, experiencias y vivencias propias del atractivo, desde el punto de vista de la animación turística se identifican actividades de expresión, lúdicos recreativos, socio cultural, de estudio artístico, experiencias y vivencias de lo artesanal. Con unidades claras se puede pasar a la construcción de panoramas, es decir con las potencialidades de las unidades descritas en cada uno de los atractivos, se busca el nombre adecuado que integre en unas cuantas palabras las características por área del atractivo en cuestión (Zamorano, 2012).

Esta metodología condensada en las matrices , permite proceder para realizar las posibles rutas, teniendo presente el componente de sustentabilidad y un conjunto de valores y comportamientos éticos, como práctica de turismo responsable, donde ganen empresarios, comunidad local, receptora, promoción educativa, exista



capacitación y búsqueda de competencias, para quienes se encargarán de diseñar, operar y administrar los servicios y productos. Se muestra como un conjunto de herramientas para facilitar el trabajo de diseño de producto, que pueden ser utilizadas de acuerdo con las necesidades, gustos, preferencias, formación y experiencia, siempre buscando enriquecer el tipo de servicio o ruta, a discreción de quienes lo están realizando en el campo y teniendo muy presente factores como presupuesto, tiempo y el diseño de la experiencia y vivencia acorde con las motivaciones de los visitantes y aún con planes de contingencia (Zamorano, 2012).

Las rutas turísticas dependen principalmente de los recursos culturales y naturales que posee una zona, tomando en cuenta el tipo de público al cual se desea llegar. La metodología a seguir para el diseño y construcción de rutas turísticas, consta de las siguientes etapas (Szmulewicz, 2003 citado por (Yáñez Mancilla, 2013)):

Determinación de objetivos: Los objetivos de las rutas turísticas se determinan en función de la temática y de la definición de la estructura. La determinación de la temática puede ser general o específica, con base en un área geográfica o los atractivos del recorrido de la ruta. Con respecto a la definición de la estructura se refiere a la duración estimada, la zona a recorrer, actividades a desarrollar, tipo y nivel de servicios de alojamiento, alimentación y transporte requerido, servicios complementarios, excursiones, tiempo disponible y grupos de pasajeros.

Diagramación y reconocimiento de área: Conocimiento histórico, cultural y geográfico del área de estudio. Determinación de atractivos a incluir de acuerdo a la distancia desde el centro más cercano y considerando la accesibilidad de los atractivos previamente seleccionados.

Diseño de la ruta: Se lleva a cabo la estructuración del itinerario mediante un bosquejo de la ruta que está definida en cuanto al tiempo en ruta, tiempo de visita, tiempo libre paradas y atractivos propios de la ruta. La redacción del itinerario se realiza a partir del traspaso a papel de los antecedentes recopilados previamente.



Szmulewicz, (2003) considera las siguientes fases para determinar la ruta o circuito turístico, las cuales ameritan dedicación y estudios particulares como el de seguridad, para obtener un buen resultado.

Fase 1: Estructuración de la Ruta o Circuito

1. Elaboración del inventario con los recursos turísticos seguros del lugar o lugares.
2. Determinación de los puntos de salida, lugares con actividades, parada con estancia y llegada.
3. Elaboración de alternativas con respecto a los puntos intermedios de la ruta.
4. Determinar los recorridos internos de interés (si los hubiere) en los distintos puntos de parada con estancia.

Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en la Ruta o Circuito

1. Transporte.
2. Alojamiento.
3. Alimentación,
4. Servicio de guías.
5. Actividades recreativas.

Fase 3: Determinación de los costos y gastos de operación

1. Costos fijos.
2. Costos variables.
3. Gastos generales.
4. Imprevistos.



5. Presupuesto total.

Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de operación

1. Cálculo del precio por persona.

2. Determinación del beneficio neto: Se determinan los recursos turísticos y servicios seguros para el turista.

La preparación de un operador o diseñador turístico es de carácter práctico, sin embargo, su actuación se vuelve teórica ya que la operatividad de una ruta o circuito se basa generalmente en:

- Datos estadísticos;
- Costos aproximados de cada recorrido;
- Puntos estratégicos de parada en la ruta o circuito;
- Y otros elementos que dan mayor precisión.



1.4 Las artesanías

La artesanía, en sí misma es generadora de derechos intangibles. En Colombia, desde los años 60 “lo artesanal cobraba relevancia como expresión de una toma de posición existencial, una forma de vida que se planteaba vuelta al pasado, un regreso a la naturaleza” (Red iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal, RITFA, 2010).

En el contexto tradicional de la palabra, una de las definiciones más acertada, presenta la artesanía, como el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmada en un producto en cuya elaboración existe transformación racional, utilizando materiales de origen natural, con procesos y técnicas manuales, que poseen un alto valor cultural, debido a su proceso como piezas únicas (Roncancio, 1999).

A su vez como expresión del arte popular, se relaciona con el turismo, la diversidad cultural y biológica. El turista comprende y se interesa cada vez más por la identidad cultural de las regiones que visita y encuentra interés en el mantenimiento de la especificidad de cada destino (Red iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal, RITFA, 2010).

Las artesanías típicas tienen significados étnicos asociados y son la expresión material de la cultura que la produce. Todas las mercancías turísticas – souvenirs, artesanías y objetos de lujo– tienen en común que representan ideas abstractas y se sacan de un contexto para darles un valor de representación propio del mundo del turista; se convierten en recuerdos y regalos o se coleccionan y se exhiben para demostrar experiencias y clasificaciones sociales. En contraste, el turismo puede llegar a convertirse en un campo de lucha para los que trabajan en él, intentan sobrevivir o quieren conseguir mayores beneficios. Estos son los espacios traseros (ventas ambulantes) que se esconden o no parecen ser relevantes para un turista



interesado en encontrar una autenticidad exótica, y que busca signos, señales reconocibles para verificar sus imaginario (Bayona, 2015).

1.5 La importancia del turismo cultural, para el diseño de ruta con componentes artesanales

Es adecuado acotar como apreciación que las artesanías y los artesanos pueden estar referenciados junto al tema de interpretación del patrimonio natural, histórico, artístico y sociocultural, toda vez que para el imaginario colectivo, los valores culturales ya forman parte del denominado tejido urbano y rural, junto a la arquitectura industrial, los ambientes urbanos, paisajes y patrimonio monumental y etnológico (Planells & M., 2011).

El termino turismo cultural incorpora además lo social y económico en la oferta y demanda de bienes y servicios, rentabilizando el espacio local o lugar, las personas viajan con intención de conocer estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado (Antonovia, Sanchez, & Curiel, 2013).

La Organización Mundial del Turismo la describe como “movimientos de personas hacia atractivos culturales con objeto de adquirir una nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (Antonovia, Sanchez, & Curiel, 2013).

Por su parte, desde una perspectiva mayormente holística, “el turismo es un importante medio entre países para fomentar la política de relaciones culturales y cooperación internacional, alienta el conocimiento, la comprensión y crea una imagen



favorable de la nación entre los extranjeros en el mercado de viajes” (Goeldner & Ritchie, 2011).

En cuanto a tipos de destino turístico, de acuerdo a las características del lugar, el turismo cultural se vislumbra como un “conjunto de actividades de carácter turístico que se realizan con el objeto de adquirir conocimiento y ampliar cultura, integrando en ellas el componente lúdico y de ocio” (Jimenez & Jimenez, 2013). Conjuga lo pintoresco del colorido local, vestigios del estilo de vida tradicional campesino (tejidos, alfarería), puede coincidir con el pasado propio de dicha cultura, lenguaje, costumbres, el turista observa, participa en comidas, fiestas, deportes y actividades propias de la comunidad (Jimenez & Jimenez, 2013).

Por otra parte, un recurso cultural puede ser la base de un producto, es decir, aquel elemento fundamental que mueve a la selección del destino, lo importante es poder compatibilizar esos recursos con la población local en una dinámica específica, con algunas limitantes en cuanto a la interpretatividad, la coincidencia física o las exigencias de diferentes de los públicos. La percepción de la calidad, la gestión y conservación del bien, deben estar presentes en el producto, son condicionamientos esenciales.

El valor cultural y étnico son componentes fundamentales de interpretación donde cobran sentido, las cuatro premisas de interpretación del patrimonio: *es una estrategia de comunicación, va dirigida a un público cautivo* (hace parte de un grupo ya asignando) *y no cautivo* (concepto del profesor Sam Ham, psicológicamente el visitante que no siente o no tiene ninguna obligación para colocar atención a eventuales mensajes) *y tiene una metodología concreta denominada ABCD atractiva, breve, clara y directa* y finalmente generar una actitud de *custodia hacia el patrimonio*. Son importantes también para conceptualizar, en un producto, los sencillos elementos de:



Selección del lugar, objeto, personaje o acontecimiento si es tangible, identificar los significados intangibles (representación del lugar u objeto) y los conceptos intangibles del valor universal, es decir los que puedan conectar a la audiencia, esta última plenamente reconocida, escribir un enunciado en forma de oración-tema que represente lo esencial de ese recurso, seleccionar las técnicas interpretativas adecuadas para facilitar la conexión con los significados por parte del público. Técnicas como personificación, analogías, estrategias de preguntas y utilizar la oración-tema para organizar todo el programa, de forma que se aglutinen las ideas secundarias de forma cohesiva. (Planells & M., 2011, págs. 413-414)



1.6 Asociatividad en el sector turístico

Las empresas turísticas con una escasa extensión técnica, pueden tener una mayor dimensión organizativa cuando desarrollan acuerdos con otras empresas para realizar actividades conjuntamente, esto puede ampliar la competitividad, productiva o comercial logrando ventajas (economías de escala, recursos, mercados, flexibilidad).

Pero las asociaciones, como organizaciones empresariales del sector pueden generar actuaciones concretas con beneficios conjuntos, cuando son agrupaciones que tienen como base el ámbito geográfico y sectorial, incluso semipúblicas, porque normalmente pueden estar ligadas a las actividades de planificación y de promoción de destinos turísticos. (Casanueva & Gallego, 2012)

“Para Coraggio (2003), la economía social posibilita la creación de estructuras más eficaces para la reproducción de la vida a partir de una acción colectiva suficientemente fuerte y orientada por un paradigma de desarrollo humano. Es decir prevalece una economía social centrada en el trabajo como principal recurso, aunque no como el único. Un subsistema de capital humano, denominado economía del trabajo, tiene como finalidad planear proyectos de desarrollo social desde la comunidad, de modo que se constituyan alternativas para mejorar las condiciones de pobreza y exclusión a través de las nuevas formas de incorporar a los individuos al trabajo. (Zizumbo, 2013, págs. 175-176).

Chile, ha sido un país de experiencias significativas en la asociatividad y en el turismo, por ello es importante referenciar un informe de caso práctico donde se estima que, el tipo de asociación que se establezca debe tener como objetivos la correcta puesta en valor del patrimonio turístico, la adecuada habilitación de las instalaciones y servicios requeridos, la coordinación con otros actores involucrados (municipios, artesanos, comerciantes, etc.) y la comercialización de la oferta incorporada a la Ruta, dejando a sus miembros y asociados la responsabilidad de operar



los productos y servicios ofrecidos a los visitantes. (Gobierno de Chile, Sernatur, region de Coquimbo, Marzo, 2007)

Finalmente, el éxito y el dinamismo de una Ruta no depende solamente de la iniciativa y capacidad de gestión de la persona a cargo de la organización, sino también del compromiso, dedicación y espíritu de solidaridad de sus asociados, de la calidad de las actividades, instalaciones y servicios proporcionado y de los sistemas de control de calidad y evaluación de resultados que se adopten (Gobierno de Chile, Sernatur, region de Coquimbo, Marzo, 2007)

1.7 Desarrollo local y comunitario

En términos de turismo y desarrollo, el tema clave a señalar es “el capital natural, entendido como los activos naturales y culturales asociados con la identidad de un territorio” (De Figueiredo & Neusa, 2015)

Ahora bien, cuando se menciona el desarrollo endógeno como una de las formas que existen se hace la siguiente afirmación:

“Las dinámicas de los países, las ciudades y las regiones son muy diferentes unas de otras. Cada territorio tiene un conjunto de recursos materiales, humanos, institucionales y culturales que constituyen su potencial de desarrollo; y que se expresa a través de su estructura productiva, el mercado de trabajo, la capacidad empresarial y el conocimiento tecnológico, las infraestructuras de transporte y acogida, el sistema institucional y político, su patrimonio histórico y cultural. Sobre estas bases cada economía articula sus procesos de crecimiento y cambio estructural, como consecuencia de la interacción de las empresas y los demás actores económicos”. (Gutierrez, 2014, pág. 31)



A su vez, en el territorio, existe una “dinámica comunitaria”, lo cual significa dos cosas: por un lado, se refiere a la integración de actores como el sector público, el sector privado, las instituciones educativas y la comunidad; por otro lado, señala a la red de actores operadores del turismo: alojamientos, agencias de turismo, guías turísticos, restaurantes, pequeñas empresas productivas, artesanías; todas ellas organizaciones que trabajan con un enfoque de respeto y relacionamiento con la naturaleza y la cultura, en el cual prima el principio de la interpretación del patrimonio. Es decir, lo comunitario implica una red de actores, de emprendedores jalonando hacia el “Buen Vivir” para todos (Huertas Cardozo N. C., 2015).

Todo lo anterior permite contrastar, que al observar los efectos del turismo, desde la perspectiva de comunidades locales, pueden generar igualdad de oportunidades posibilitando el mejoramiento de la infraestructura local así como la superación del personal que labora en el turismo. Es decir, el carácter asociativo puede impulsar el desarrollo comunitario, sin embargo no es posible generalizar que realmente garantice el desarrollo regional/local, puesto que en la práctica la interacción de múltiples actores permitir la configuración de un nuevo sistema productivo para las comunidades rurales, pro puede generar algunos grupos de poder y en consecuencia desavenencias al interior de los grupos sociales (Palafox, 2005).

Empíricamente se ha mostrado que los problemas sociales desfavorables asociados al turismo estimulan la alteración de la identidad y el desplazamiento de otros sectores tradicionales provocando desigualdades económicas y diferencias sociales (Monterrubio, 2011). Si bien es cierto que cuando se prevé un diseño de itinerarios desde la visión particular a la perspectiva sistémica local, se requiere información de las necesidades locales, concreción de sus problemas, intenciones del programa, beneficios sociales, opciones complementarias de información y minimizar los posibles conflictos; es una labor conjunta que no solo están determinadas por los promotores de la actividad turística. (Viaals, 2002).



2. CAPITULO II. CONTEXTUALIZACIÓN EN ACCESIBILIDAD PARA LA RUTA TURÍSTICA Y LOS PROCESOS ARTESANALES, EN SINCELEJO, MORROA, SAMPUÉS Y COVEÑAS.

Para efectos de la accesibilidad a los municipios por donde operará la ruta, es necesario describir las vías de comunicación y acceso, aéreas, terrestres y fluviales (Sitio oficial de la Gobernación de Sucre, Colombia, 2011):

Tabla 4. Vías de comunicación en Sucre

Aéreas	Terrestres	Fluviales
<ul style="list-style-type: none">• El departamento de Sucre cuenta con 8 aeródromos, tres de propiedad del Aereocivil, uno de la ARC –Ministerio Defensa y el resto pertenecientes a empresas y compañías privadas.• Los Aeródromos que pertenecen a la Aerocivil son los ubicados en los municipios de Corozal (Las Brujas) y Tolú. El aeródromo de Las Brujas, a partir del 28 de febrero de 2008 fue entregado en concesión. Ambos presentan deficiencias en pistas inadecuadas para el aterrizaje de aviones de gran capacidad de transporte de pasajeros, falta de terminal de carga para agilizar el comercio nacional e internacional y de logística para la prestación de un mejor servicio integrado a los usuarios.• Se amplió en el año 2016 la pista del aeropuerto de Corozal para recibir aeronaves de mayor peso y tamaño con capacidad de 120 pasajeros.	<ul style="list-style-type: none">• La red vial está constituida por la red primaria, secundaria y terciaria, la cual tiene una longitud de 1.832 kms, distribuidos por Orden Primaria: 227.2 Secundaria: 531.8 Terciaria: 1.073.1• Estado de la red vial pavimento 250,8 Kms, afirmado 836.2 Kms y tierra 745.1 kms. La mayor parte de de la red vial del departamento de Sucre se encuentra en afirmado y tierra con el 86.3 % y sólo el 13.7 % se encuentra en pavimento (rígido y flexible).• La mayor concentración de kilómetros de vías que tienen las subregiones: Sabanas (33.78%), San Jorge (21.79%) y Morrosquillo (19.63%), ya que la mayor parte de la red vial primaria y secundaria se encuentra localizada en estas subregiones, encontrándose un menor número de kilómetros de vías las subregiones Mojana (9.1%) y Montes de Maria (15.66%).	<ul style="list-style-type: none">• Durante siete u ocho meses del año el transporte de pasajeros y carga de las subregiones de San Jorge y La Mojana se realiza principalmente por vías fluviales a través de los ríos Cauca y San Jorge y de los numerosos caños y ciénagas.• El transporte marítimo se lleva a cabo a través del Golfo de Morrosquillo donde existe una infraestructura conformada por dos sociedades portuarias, la del Golfo de Morrosquillo a través de la cual se exporta cemento la Sociedad Portuaria Oleoducto Central S.A, y Orensa, que exporta petróleo crudo.• Está radicada también, la Empresa Colombiana Pesquera de Tolú, Pestolú, que comercializa los productos de pesca.

Fuente. (Sitio oficial de la Gobernación de Sucre, Colombia, 2011)



2.1 Acceso

Por vía aérea: Se llega por intermedio de tres aeropuertos comerciales: los Garzones, en proximidad a las ciudades de Montería y Cerete departamento de Córdoba, desde donde se emplean entre una y dos horas para llegar a Sincelejo, Tolú y Coveñas, principalmente destinos turísticos de Sucre (Sucre, Colombia guía turística Mincit, Fontur).

A ocho kilómetros de Sincelejo, en Corozal, está localizado el aeropuerto “Las Brujas” en el cual operan tres aerolíneas, dos comerciales y otra estatal con servicio al público. En Corozal, éstas son las rutas: dos vuelos diarios, uno en la mañana y otro en la noche BOG – CZU (Corozal) – BOG, a cargo de la aerolínea Satena. En la ruta EOH (Medellín) – CZU (Corozal) –EOH (Medellín) existen dos vuelos diarios a cargo de las aerolíneas ADA (se considera que los costos de tiquetes aéreos elevados en comparación con los costos del mercado), a partir del año 2016, se implementó una nueva ruta EOH- CZU- EOH, operada por Easy Fly (Sucre, Colombia guía turística Mincit, Fontur). Finalmente es conveniente explicar que el departamento no tiene un aeropuerto Internacional.

El municipio de Tolú cuenta con lo siguiente:

Vía área: opera el aeropuerto de “Golfo de Morrosquillo” con aeronaves de pequeña y mediana capacidad, (se está ampliando el aeropuerto) el vuelo es ADA: EOH (Medellín)- TLU (Tolú)- EOH (Medellín), con aumento de frecuencias por temporadas (Sucre, Colombia guía turística Mincit, Fontur).

Por vía terrestre: a Sincelejo, Coveñas, Tolú y a la mayoría de los municipios del departamento.

Por vía acuática: existen dos formas, marítima y fluvial



Marítima: A través de pequeñas embarcaciones desde la ciudad de Cartagena se llega a poblaciones como San Antonio, (corregimiento de San Onofre), Tolú y Coveñas, las playas de San Bernardo. Se debe tener en cuenta que en los puertos de Tolú y Coveñas el mar no es suficientemente profundo para que en ellos atraquen o fondeen yates mayores o veleros, lo que si ocurre en varias islas que conforman el archipiélago de San Bernardo donde la profundidad y la prevención es suficiente para el anclaje de yates, mega yates y veleros (Sucre, Colombia guía turística Mincit, Fontur).

Fluvial: A los municipios de las regiones del Bajo Cauca, Bajo San Jorge y La Mojana, a través de los ríos, caños y ciénagas, cuando existe el caudal suficiente para la comunicación. El puerto principal desde donde se comunican las poblaciones de la región de La Mojana con la costa Caribe y con el interior del país, se encuentra en la ciudad de Magangué, Bolívar (Sucre, Colombia guía turística Mincit, Fontur).

2.2 Turismo

En el año 2011 se realizó el Plan Estratégico de Desarrollo turístico en el departamento de Sucre, con el patrocinio del Fondo de Promoción Turística de Colombia y la Gobernación, auspiciado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; en apoyo de un comité para la formulación del mismo. En él, se relacionaron diagnósticos con miras hacia posibles mejoras en materia turística para el departamento:

Sucre cuenta con gran potencial turístico, de acuerdo a las distintas facetas que ofrece para el turismo de naturaleza, acuaturismo, turismo religioso, ecoturismo, etnoturismo, turismo gastronómico, agroturismo; siendo su mayor fortaleza el turismo de sol y playa, eventos, folclor y cultural; posee ecosistemas



atractivos para ser promocionados alternamente con el ecoturismo, por lo cual se hace necesario crear las condiciones propicias para la inversión nacional y/o extranjera, de manera que puedan ser promocionados y explotados adecuadamente, cabe reconocer la fortaleza de contar con la Escuela Gastronómica y de Turismo del Sena en el golfo de Morrosquillo, la cual ha permitido la formación del talento humano en beneficio del sector (Plan estrategico de desarrollo de desarrollo turistico, 2011).

Puesto que el departamento de Sucre posee amplias zonas indígenas donde aún persisten legados ancestrales Zenúes junto con las culturas afro descendientes y Room, costumbres e idiosincrasia, que adecuadamente direccionadas se convertirían en ventajas competitivas turísticas perdurables y sostenibles hacia una oferta etnoturística (Plan estrategico de desarrollo de desarrollo turistico, 2011).

La mayor preocupación es la reducción del espacio de playa y la falta de claridad en titulación de propiedad de la tierra a lo largo de la franja costera del Golfo, al igual que en ciénagas, humedales y playones en la Mojana y el San Jorge, frenando de esta forma la inversión privada (Plan estrategico de desarrollo de desarrollo turistico, 2011).

No hay un marcado interés por conservar el estado de los atractivos turísticos y falta un sistema de información y promoción turística que permita su desarrollo, muy a pesar de haberse firmado un convenio de Competitividad del Clúster ecoetnoturístico del departamento (Plan estrategico de desarrollo de desarrollo turistico, 2011).

En materia de divulgación y promoción de destinos turísticos las acciones han sido aisladas, sin embargo, en algunas temporadas y eventos se han logrado buenos indicadores de turismo receptivo hacia esta región, situación que ha



creado expectativas positivas para la economía y estímulos prospectivos en materia de estructura (Plan estratégico de desarrollo de desarrollo turístico, 2011)

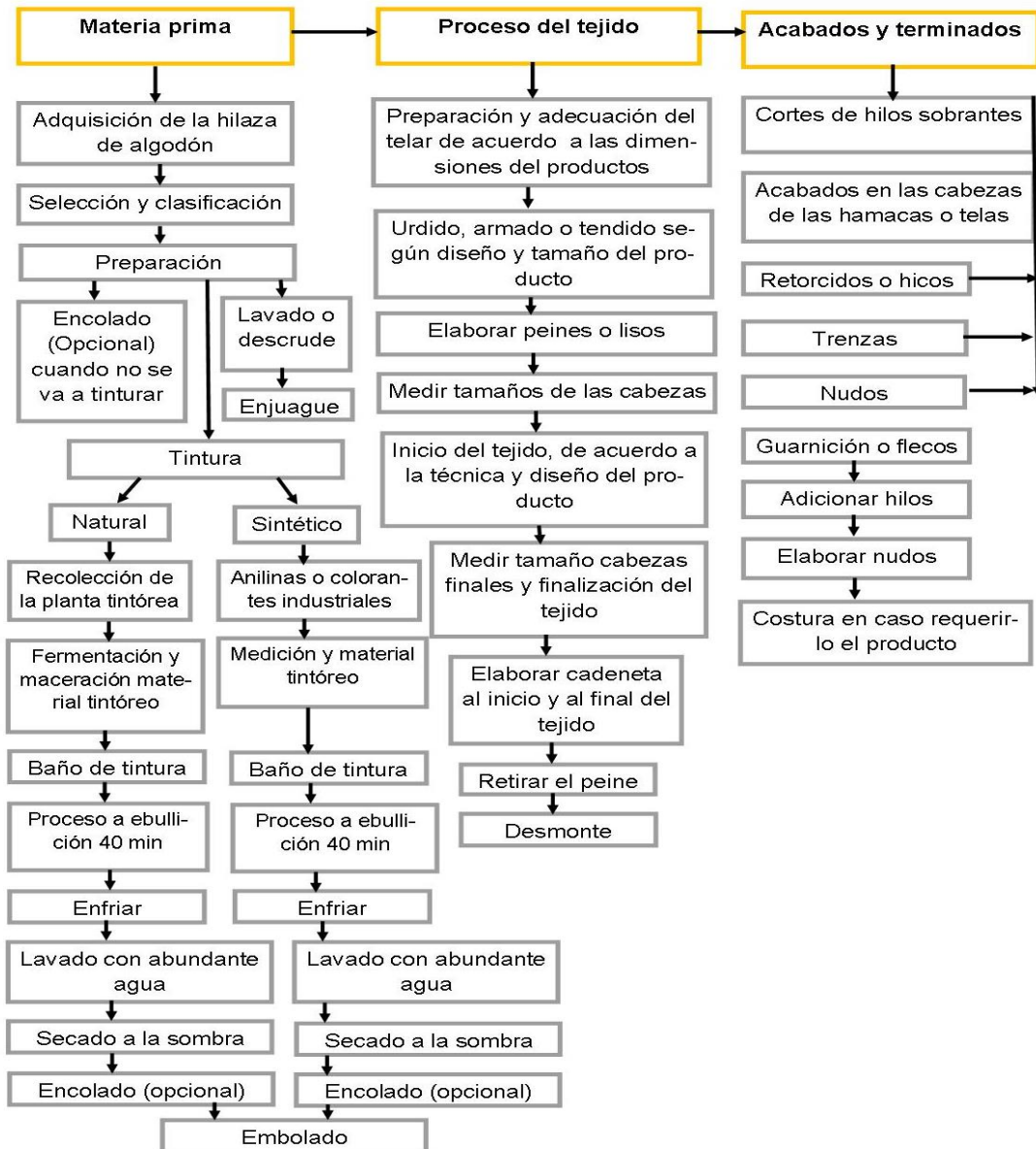
En cuanto a servicios de alimentación, en el departamento no existe ningún local registrado como turístico a pesar de que muchos están ubicados en la zona de influencia turística. Así mismo, los prestadores de servicios de agencias de viaje y transporte especializado son pocos, todos con Registro Nacional de Turismo. Algunos hoteleros de Sincelejo y del Golfo de Morrosquillo están agremiados a Cotelco y a la Asociación de Empresarios Turísticos del Golfo de Morrosquillo – Asetur; los otros prestadores no están agremiados. En cuanto al Consejo de Seguridad Turística de Sucre está creado y se hace necesario que opere con mayor frecuencia (Plan estratégico de desarrollo de desarrollo turístico, 2011).

2.3 Artesanías

Toda vez, que el diseño de producto turístico artesanal, de carácter cultural requiere una historia que contar, los resultados de las técnicas artesanales pueden permitir describir con claridad, el valor ancestral y creativo de las mismas, que junto a otras consideraciones, permitirán elaborar un libreto, para la experiencia de interacción con los artesanos.

2.3.1 El proceso productivo de tejeduría en telar vertical

Figura 1. Diagrama del proceso productivo de tejeduría en telar vertical



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas FOMIPYME, 2004)



Para este oficio artesanal y los subsiguientes incluidos en la ruta, los procedimientos de preparación y los procesos se describen de manera literal, según el diagnóstico establecido por el Centro de Investigación y Documentación para la Artesanía “CENDAR” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas FOMIPYME, 2004):

Lavado: el algodón es adquirido en madejas por artesanos, las de color crudo son sometidas al lavado cuando se van a tinturar, para lograr que el color penetre y se fije sobre el material. El proceso consiste en introducir las madejas de hilo dentro de una solución de agua con detergente y llevarla a ebullición por 30 a 40 minutos. Este proceso es determinante para lograr un buen registro del color, en caso de no hacerlo la grasa natural de la materia prima y la suciedad que recibe durante los procesos de hilatura puede generar manchas o veteados en el color, lo que hará ver la tela manchada.

Tintura: este proceso se realiza en caso de que el producto final lo requiera (técnica de reserva de color), o de que se requiera un color con determinadas características. La técnica de reserva de tintura la cual proporciona efectos de manchas de color en el tejido. Antes introducir las madejas dentro del baño de tintura se deben amarrar fuertemente las zonas donde no se desea que penetre el colorante para evitar manchas al interior de la zona reservada, lo que romperá con la alineación de las secciones de color durante el urdido.

- **Tintes naturales:** Este proceso lo realizan las artesanas de acuerdo al conocimiento tradicional. Con este tipo de tintura se obtiene buena solidez a la luz y al lavado, utilizan plantas tintóreas como el mangle, sangregao, mora (o dinde), achiote, concha de coco, y otros pigmentos naturales. Actualmente es te proceso es el que más dominan las artesanas de San Jacinto y Morroa y con el que mejor calidad se obtiene en cuanto a fijación y solidez del colorante.



- **Tintes químicos con colorantes industriales:** Las madejas de hilo ya tinturadas que las artesanas adquieren en la mayoría de los colores presentan problemas de solidez a la luz y al lavado. Actualmente, se ha iniciado un proceso de implementación de colorantes industriales, que brindan mayor eficiencia al requerir un color determinado, obtener más fijación de los colores y evitar el sangrado de colorante. Cuando se adquiere la hilaza ya tinturada, la decoloración es un factor medianamente crítico, que causa inconvenientes ante el cliente, pues se debe recomendar hacer lavado en seco.

Encolado: en las localidades del departamento de Sucre someten el material al proceso de preparación denominado encolado que consiste en introducir las madejas de algodón ya tinturadas en una solución de almidón y agua. Este procedimiento tiene como único fin el acelerar el proceso de tejido brindándole al hilo más resistencia para evitar que forme nudillos o motas durante este proceso. El encolado no debe hacer que la tela se vea rígida o quebradiza. Este procedimiento ofrece la posibilidad de realizar un prelavado el cual permite establecer el sangrado del color, pues, la hilaza al no tener un buen fijado del colorante al contacto con el agua dejará salir los residuos. En la preparación o encolado la solución de almidón no debe ser espesa, pues al aplicarlo así al hilo este queda rígido lo que hará que en el proceso de tejeduría la trama no empaque y no compacte. Además al desmontar la tela queda dura, rígida, áspera y sin caída.

Devanado: este proceso se realiza para desenrollar o devanar las madejas de hilo hasta convertirla en un ovillo y facilitar el proceso de echado o urdido, en ocasiones también se utiliza para efectuar el proceso de urdido o echado. Este proceso no afecta la calidad del producto final, pero va en detrimento de la eficiencia productiva.

Urdido o armado: el sistema de armado que realiza es el denominado urdido corredizo. En el que se necesitan dos palos completamente lisos: uno tiene como



función sostener la urdimbre por lo que debe ser muy resistente pues es sometido a tensión; y el otro proporciona el cruce o la traba. En el armado se cuida de que del hilo sea el correcto, si no es así la tela no correrá y en caso de hacerlo habrá errores en el cruce lo que causará distorsión del tejido. La tensión durante el armado debe ser estable y pareja de lo contrario, cuando se termina de armar el inicio está destemplado y al final está completamente tensando. Esto hará que en momento de hacer el peine se dificulte y prácticamente imposibilite la tejeduría.

Peine: se elabora con un hilo continuo y largo que es atravesado de lado a lado entre la calada para posteriormente con este mismo ir formando argollas que abrazan cada hilo de la urdimbre que ha formado el cruce. El peine debe seguir estrictamente el orden de los hilos de urdimbre, estos no se deben cruzar, en caso de suceder causará errores en el tejido.

Tejeduría: echada la tela se temple la urdimbre, o armadura introduciendo uno o dos listones de madera de lado a lado en la parte trasera del tejido. De acuerdo con el producto, se determinan cuantos centímetros se dejan sin tejer. Se hala el peine introduciendo la paleta (para abrir la calada) y una vez separadas las secciones de urdimbre se introduce el bolillo de la tejeduría, se cuadran los extremos y se golpea con la paleta y esta se saca.

Hecha la pasada se baja el listón que forma la traba y se abre la otra calada. Cuando la tela mide menos de 80 cm una pasada se puede hacer en un tiempo, cuando excede esta medida se hace en dividiendo la urdimbre en dos secciones. A medida que se avanza en el tejido la tensión de la urdimbre o armadura va aumentando haciendo difícil la apertura de la calada y el golpe del tejido, para lo cual se van retirando las cuñas que se colocan en el telar antes de urdir.



Finalizado el tejido se realiza la cadeneta en los extremos de la tela, lo que dará el límite inicial y final de la tela y no permitirá que haya desplazamientos de la trama o tejedura o que la tela se empiece a desbaratar durante el uso o manipulación. Se procede a desmontar el peine, sacar la traba, soltar la tela de la cabeza y se hacen moñas o amarrado en pequeños grupos de los hilos que quedan sin tejer para evitar que se enreden. El tejido no debe presentar errores: en caso de realizar técnicas como el labrado los dibujos deben ser simétricos, centrados y proporcionados.

La superficie del tejido debe ser completamente pareja, no debe tener bastas o hilos sueltos de urdimbre o trama en el tejido y la densidad debe ser pareja. Los bordes deben ser rectos. Las medidas deben ser exactas, no deben haber partes del tejido ni más anchas ni más altas tanto del tejido propiamente dicho como de sus diferentes partes: los flecos, la distribución del color y el tejido. El golpe debe ser pareja y uniforme, para que el tejido aumente igual a todo lo ancho del tejido y se mantenga la densidad. Los bordes deben ser rectos, para esto se debe mantener una tensión estable durante la tejedura.

En general en el proceso productivo es conveniente el uso de metro como sistema de medida con el prácticamente no habrá margen de error, pues acostumbran medir con la cuarta de la mano, lo que no es exacto pues no todas las manos son iguales además una medida puede variar con respecto a la otra. Otro hábito que tienen es guiarse sólo por el número de hilos, lo que tampoco es acertado pues se puede tener el mismo número de hilos en diferentes anchos, razón por la cual además de saber el número de hilos también hay que utilizar el metro.

Acabados o terminados: procedimientos finales que se realizan para un producto determinado, se realizan de acuerdo a los requerimientos del producto final: Hamacas: Cabeza y empitada: son los hilos de urdimbre que quedan sin tejer, y por grupos homogéneos se retuercen (formando hicos) o trenzan para sujetar la



empitada formando cordones en forma de argolla. De esta parte se arma a continuación con una piola se construye la encabezada de la hamaca con una piola continua, que va formando argollas que a su vez se van sujetando cada una de uno o dos hicos, estas argollas forman un entrecruzamiento que distribuye efectivamente el peso que acepta la hamaca.

Nudo: generalmente realizan nudos de macramé, para los hilos de los extremos de algunas de las telas y para realizar las guarniciones o flecos que son los que van en los extremos laterales de los tejidos. Si el producto tiene (trenzas, hicos, nudos) en los extremos, estos deben ser elaborados con mucha precisión. Las trenzas deben ser bien templadas en el momento de tejerlas, así tendrán resistencia. Los hicos deben ser bien retorcidos de contrario durante la manipulación o el uso del objeto estos se desbarataran. Para los nudos deben ser iguales, tomar la misma cantidad de hilos y mantener en promedio la misma distancia entre nudo y nudo.

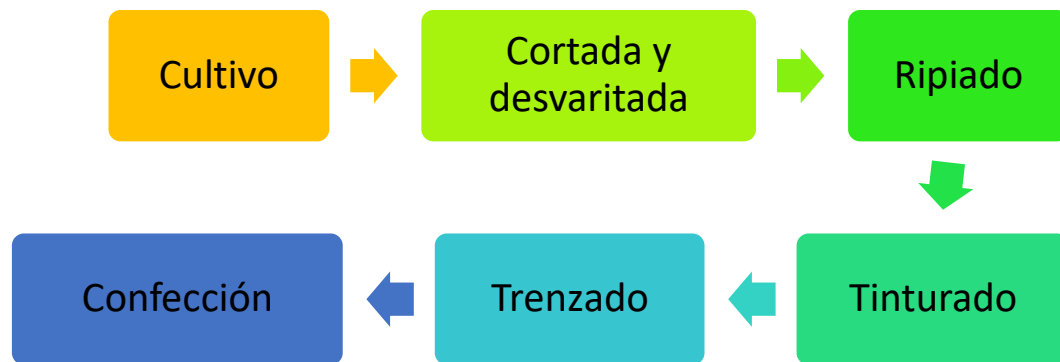
Telar: se compone de dos paralelos verticales que sostienen dos vigas horizontales cilíndricas, formando un marco rectangular, lo instalamos enterrando los paralelos verticales en el suelo sobre tierra pisada, de manera que el extremo inferior toque casi el piso y el superior alcance las vigas que sostienen el techo, manteniendo su posición con amarres de cabuya o pita, acompañado de cuñas de madera, y facilita el desplazamiento hacia arriba y hacia abajo.

Otras piezas fundamentales son la traba y la cabeza, se ponen horizontal entre paralelos para formar el tejido y formar el cruce de hilo, el peine se hace una cadena de hilo, el palo de hilo sobre él se enrolla de extremo a extremo, formando un trama, la paleta una pieza de madera plana y filuda en un extremo que sirve para pisar cada pasada de trama.

2.3.2 El proceso de elaboración del Sombrero Vueltaio

Las principales fases de la elaboración del sombrero vueltaio son el cultivo, cortada y desvaritada, ripiado, tinturado, trenzado y confección (Figura 2):

Figura 2. Fases de elaboración del sombrero vueltaio



Fuente. Plegable facilitado por indígenas en Sampués

Cultivo: Hay tres variedades de caña flecha: *la criolla*, que da una fibra blanca y flexible, especial para elaborar trenza fina; *la martinera*, cuya fibra es quebradiza, y *la costera*, poco cultivada en la zona.

Cortada y desvaritada: Entre 8 y 12 meses después de establecido el cultivo se corta la hoja madura de la caña flecha. La desvaritada es quitar la parte ancha de la hoja y dejar solamente la vena central.

Ripiado: Con un cuchillo se raspa la parte central para dejar fibras delgadas de acuerdo a la calidad de la trenza que se quiere hacer. Entre más delgada queda la fibra, más fino será el tejido.

Tinturado: Para obtener las tiras negras. Las fibras deben pasar por un proceso de tinturado sumergidas en una mezcla de barro negro con hojas de cotorrea, frutos de dividivi y cascaras de plátano. Luego se cocina por cuatro horas con las hojas

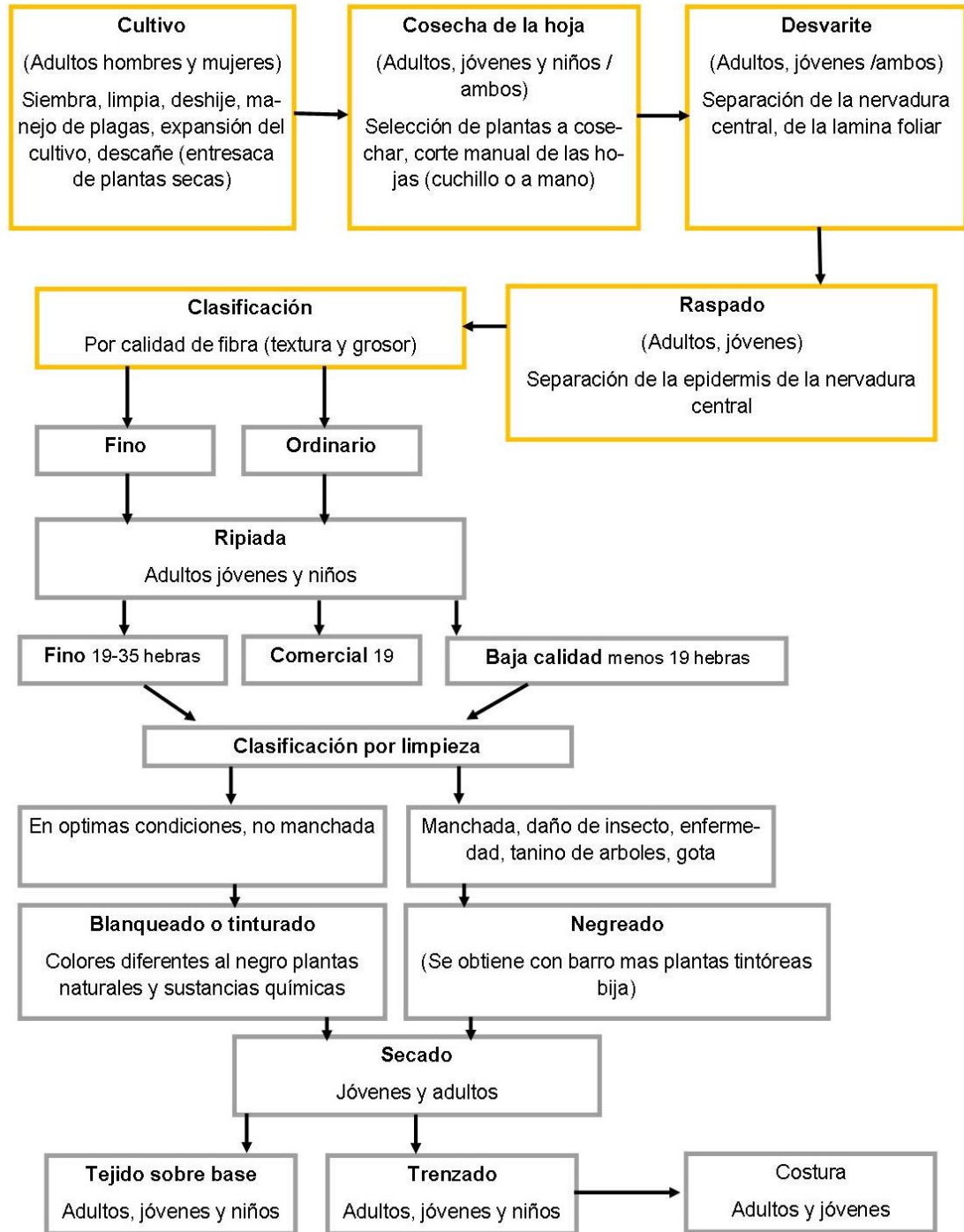


de una planta llamada bija. Para obtener las tiras blancas, las fibras se cocinan con agua de caña “agria”.

Trenzado: La trenza es un tejido plano y largo que se forma entrelazando pares de fibras llamados pies. El número de pares o pies identifica y da nombre a las trenzas y, por consiguiente, a los sombreros: trenza de 7 pares o “lica”, de 9 o “ribete”, de 11 o “pacotilla”, de 15 o “quinciana”, de 19, 21, 23 y 27, llamadas “finas”.

Confección: Esta etapa inicia en la plantilla- es la parte de forma horizontal que corona el sombrero-. Luego se continúa con la copa que está formada por cinco vueltas de trenza y se finaliza con el ala, la cual comienza con una trenza negra, alternándose sucesivamente con trenzas blancas. El ala termina con el ribete, que es una trenza reforzada de color negro que moldea el sombrero.

Figura 3. Secuencia productiva del oficio artesanal en caña flecha



Tomado de: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Centro Colombiano de Diseño para la Artesanía y las Pymes, 2004)

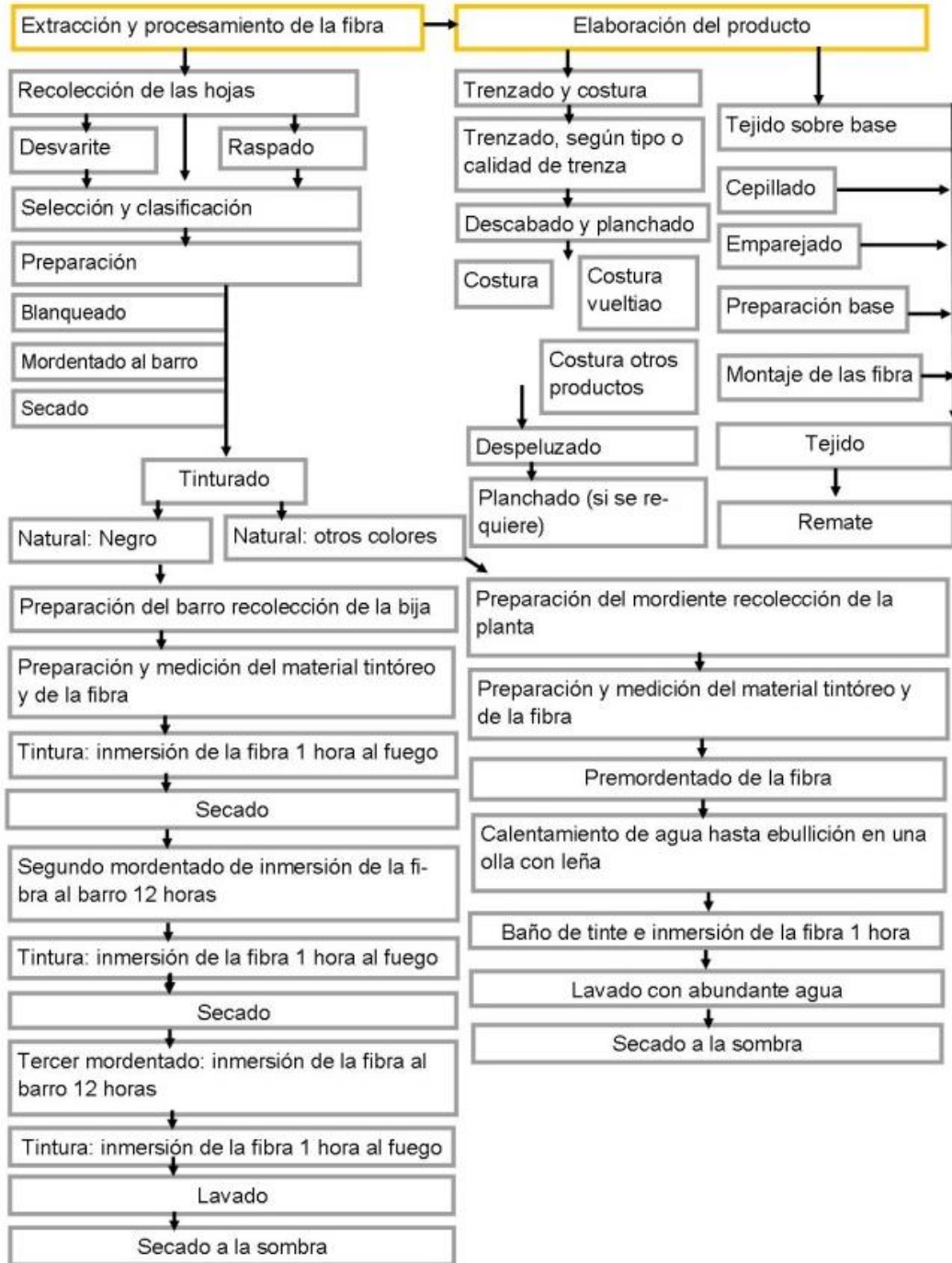


La técnica se amplía hacia los más finos después del 19, 21, 23, 27 y hasta 31 vueltas. Y aunque, después de tejido el sombrero no se puede determinar la cantidad de trenzas, el pesar el sombrero puede ayudar a identificar la calidad de este. La técnica de cada familia o comunidad que trenza los sombreros se ve reflejada en los dibujos, esto ayuda a que cada sombrero se pueda identificar posteriormente.

Para reconocer la tejeduría Zenú, más exactamente el Sombrero vueltiao, usted debe tener en cuenta que la trenza a partir de la cual se elabora el sombrero debe ser continua, con dimensiones exactas, las líneas son rectas, no deben ser curvas ni onduladas.

En la Tejeduría Zenú, el pegue o unión de trenzas no debe ser notorio, no se deben observar fibras sueltas o flojas, no debe tener doble costura o costura repisada. Además, el ancho de la trenza debe ser parejo y no debe tener parte más anchas o angostas. El sombrero no se trenza por metros, sino por sombrero. Durante el proceso de costura, se debe tener en cuenta el encogimiento: al coser la trenza ésta se va encogiendo para ir dando la forma y a su vez, se van cotejando las pintas de tal manera que estas y los pegues queden completamente alineados.

Figura 4. Proceso productivo caña flecha



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Centro Colombiano de Diseño para la Artesanía y las Pymes, 2004)

2.3.3 *El proceso de elaboración de los cuadros con semillas en Coveñas*

Las semillas utilizadas para elaborar esta artesanías son, semilla de cedro, semilla de calabaza, de níspero, estropajo, tamarindo, orejero, pepo, cutopio, zapote, cuero de sapo, ojo de buey negro y blanco, calabonga, carauta, acasio, olleto o coquita de mano o cocuelo, candia, trébol de 3, corozza de vaca, cañandonga y chirimoya. Las ramas son de cepa de plátano y la trenza es de palma de coco (Figura 5).

Figura 5. Algunas semillas utilizadas para elaboración de cuadros con semillas



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

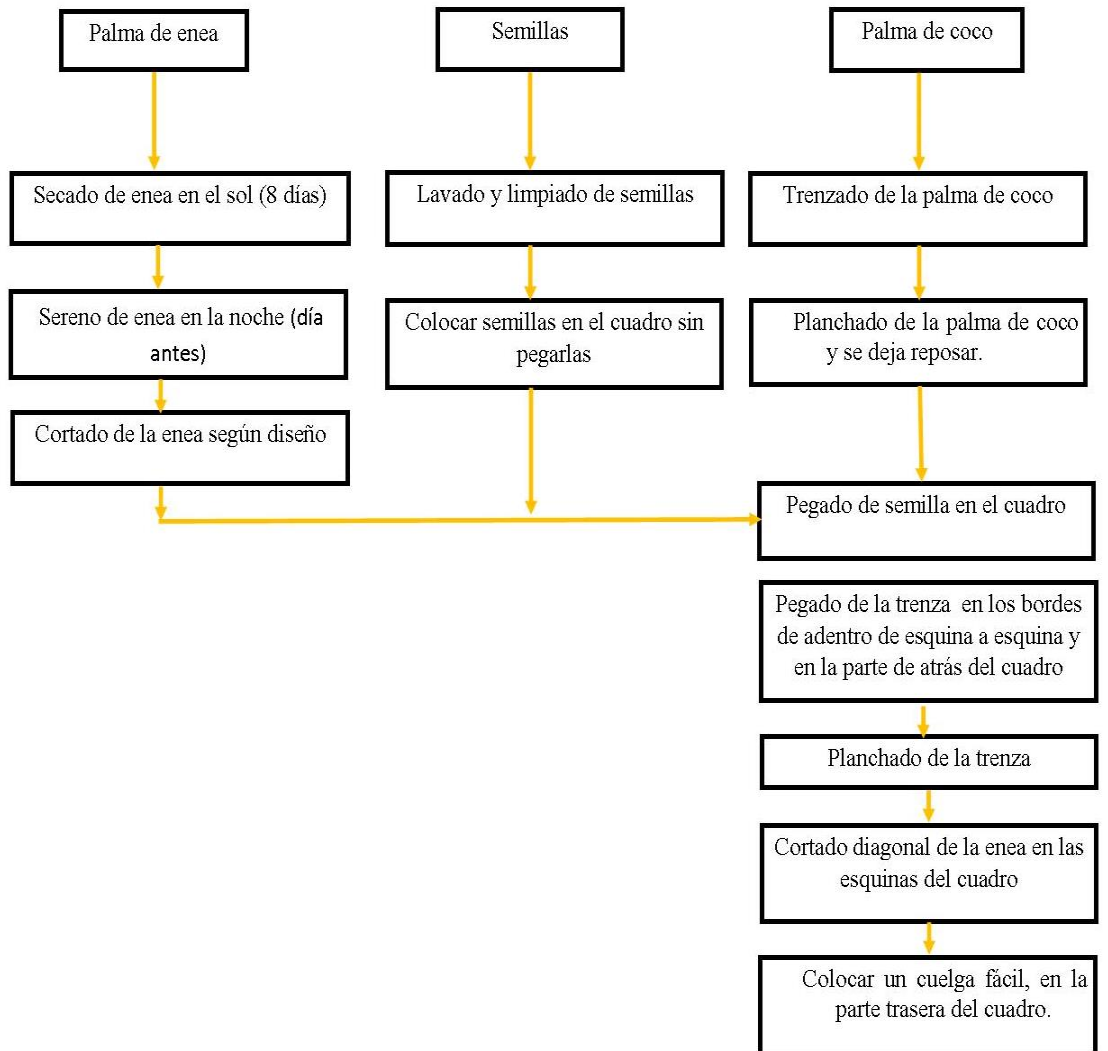


Figura 6. Cuadro de la técnica de artesanías en semillas



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Figura 7. Proceso de elaboración de los cuadros con semillas



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Recolección de materia prima: Se recolectan las semillas de árboles, la palma de coco y la enea en el campo, se deja la enea por 8 días en el sol para el secado y las semillas son lavadas y limpiadas.

Armado del cuadro: El día antes de trabajar la enea se debe dejar en la noche para que le caiga el sereno y amanezca suave y fácil de manejar. En la mañana,



se corta la enea dependiendo el tamaño del cuadro. Cada artesana se inspira con la naturaleza y colocan las semillas en el cuadro sin pegarlas de tal forma que se selecciona las semillas adecuadas para darle forma a la figura que se quiere realizar, evitando colocar la misma figura una al lado de la otra. Luego, se procede a pegar cada semilla en el cuadro con silicona

Trenzado de la palma de coco: Se empieza a hacer la trenza con palma de coco, luego se plancha con una plancha de ropa y se deja reposar.

Pegado de la palma de coco: Después la trenza se pega al cuadro en el borde de adentro de esquina a esquina, se pega la trenza de enea en el borde superior del cuadro y se plancha para darle un brillo natural. En el lado de atrás, en los bordes traseros del cuadro se le aplica silicona a donde van todos los clavos, se la pega la enea de esquina a esquina y al finalizar la esquina se hace un corte diagonal, para que empalme con el otro lado del borde del cuadro.

Por último, se agrega un cuelga fácil, en la parte trasera del cuadro.



3. CAPÍTULO III. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SINCELEJO

Para caracterizar se ha utilizado el instrumento de Artesanías de Colombia, las variables incluidas en el mismo y objeto de investigación son: datos personales de los artesanos, condiciones sociodemográfica, familiares, económicas, capacitación, aspectos de productividad, comercialización, distribución, técnicas y procesos, usos de materias primas, calidad, vida crediticia, vinculación a organizaciones o entidades, condiciones del negocio y su participación o no en proyectos, así como las condiciones ambientales y la normatividad con relación al oficio y cuidado personal. Procesada la información en tablas de Excel, realizado el cruce de variables con tablas dinámicas y herramientas estadísticas, los resultados y su análisis se describen a continuación, contextualizando por los municipios donde operará la ruta, en primer lugar Sincelejo.

3.1 Caracterización del municipio de Sincelejo y la asociatividad artesanal.

Para efectos de identificar los sitios donde se localizan las asociaciones artesanales a continuación se destacan los aspectos más importantes de las ciudades objeto de estudio, datos históricos, ubicación con sus límites, rasgos económicos generales, número de habitantes y distancias en vías de acceso (Tabla 5).

Tabla 5. Información general de Sincelejo, Sucre

SINCELEJO (Sitio web de Sincelejo en Sucre, 2016) NIT: 800104062-6. Código Dane: 70001. Gentilicio: “San Francisco de Asís de Sincelejo”, “La Capital de la Sabana”, “La Ciudad del Dulce Nombre”	
Principales datos históricos	Fecha de fundación: 04 de octubre de 1535. Nombre del/los fundadores (es): Antonio De la Torre y Miranda. La ciudad de Sincelejo fue fundada, sustituyendo un caserío indígena, el 4 de octubre de 1535 con el nombre de San Francisco de Asís de Sincelejo. Fue encomienda de Alonso Padilla de 1610 a



	1640, fue erigido corregimiento en 1776 por el capitán e ingeniero español Antonio de la Torre y Miranda. En 1812 se registró la llamada "Revolución de los curas" en contra de la dominación de los libertadores de la nación.
Ubicación Geográfica	Limita al sur con el municipio de Sampués y con el Departamento de Córdoba. Al Oeste con los municipios de palmito y Tolú. Al Norte con los municipios de Tolú y Toluviejo y al Este con los municipios de Corozal y Morroa.
Economía	La estructura productiva ha sido predominantemente agropecuaria, pero en las últimas dos décadas del 2000, este sector perdió importancia relativa dentro del total del PIB, al pasar del 55,4% en 1980 a conformar el 30,9% en el 2002. Sin embargo, la ganadería y la agricultura siguen siendo dos renglones con un alto porcentaje dentro del PIB de Sucre. Se han perdido participación otras actividades productivas como la minería, la industria, el transporte, la hotelería y restaurantes (Aguilera Díaz, 2005).
Temperatura	Temperatura media: La temperatura media anual está cercana a los 27.15°C + 0,4; con una mínima promedio anual de 19,7°C y una máxima de 35,3°C.° C
Extensión Total	28.410.31 Has Km2
Vías de acceso	Distancia de referencia: Sincelejo se encuentra ubicado a 987 Kms de la Capital de la República, a 459 Kms de Medellín, a 140 Kms de Montería, a 220 Kms de Barranquilla, a 180 Kms de Cartagena y a 40 Kms del Puerto de Tolú.

Fuente. (Sitio web de Sincelejo en Sucre, 2016)

3.2 Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las Asociaciones indagadas en Sincelejo

Se observa que la edad donde se concentra el mayor número de artesanos es entre los 21 - 50 años y la tradición de la enseñanza de la actividad artesanal a los miembros jóvenes es notoria con 37,5%. La población es mayormente no casada. Con una alta concentración de indígenas Zenú y madres cabeza de familia y la representatividad de población desplazada con 16%. El ingreso esta debajo del salario mínimo, deben complementarlo con otros oficios en su mayoría no formales. Las poblaciones rurales, adolecen del agua, utilizar incluso pozos de agua lluvia, carecen del sistema de recolección de basuras y alcantarillado, solo algunos tienen gas domiciliario en lo rural y los que están en la zona urbana de Sincelejo poseen todos los

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar
CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

servicios, aunque con la limitante de que el suministro es racionado algunos días (Tabla 6 y 7).

Tabla 6. Caracterización sociodemográficas de las asociaciones artesanales de Sincelejo

SOCIODEMOGRÁFICAS												
Edad promedio-sexo-estado civil: soltero, separado, viudo, casado, no casado pareja menos de 2 años, no casado pero pareja más de 2 años	Edad promedio				Sexo		Estado Civil					
	21-40	41-50	51-59	60-71	Masculino	Femenino	Soltero	Separado	Viudo	Casado	NCP<2	NCP>2
	37,5 %	21,9 %	15,6%	25,0%	6,2%	93,8%	6,3%	6,3%	6,3%	28,0%	3,10%	50,0%
Grupo étnico/ Población vulnerable	La población encuestada fue rural 29% y urbano el 3%											
	Un 59% de la población es indígena, 25% es madre cabeza de familia y 16% desplazados.											
Nivel de escolaridad alcanzado: básica primaria completa, básica secundaria de sexto a noveno, media de décimo a once, técnico	Capacitación	Preescolar	Bpc	Bs 6-9		Media 10-11		Técnico			Ninguno	
		6%	28,0%	22,0%		22,0%		3,0%			19,0%	
Número de Integrantes de la familia	Integrantes											
	2	3	4	5	6	7	9					
	9,4%	22,0%	22,0%	25,0%	9,0%	6,3%	6,3%					

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Tabla 7 . Caracterización socioeconómica de las asociaciones artesanales de Sincelejo

SOCIOECONÓMICAS								
Ingreso mensual asociados proveniente de las artesanías	Menos de \$689.000		\$689.501-1.379.000		\$1.379.001-\$2.000.000		94% Actividad artesanal	
	59, 40%		25,00%		2,00%		6% Otras actividades	
Frecuencia del ingreso por la actividad	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional	Por temporadas	No respondieron		
	15,60%	18,80%	15,80%	6,30%	28,10%	15, 4%		
De que otra fuente proviene el ingreso	Servicio doméstico, oficios varios, madre comunitaria, instructora de manualidades, refuerzos escolares, agricultura, ayudante de carpintería y cría de animales.							
Condiciones de servicios públicos								
Acueducto público, Agua en pila o carrotanque, Energía eléctrica, gas, recolección de basuras, alcantarillado, teléfono, internet	Acueducto Público.	Agua carrotanque	Energía	Gas	R.basura	Alcant.	Tf.	Internet
	18,80%	62,50%	97,00%	15,60%	15,60%	15,60%	15,6%	15,6%

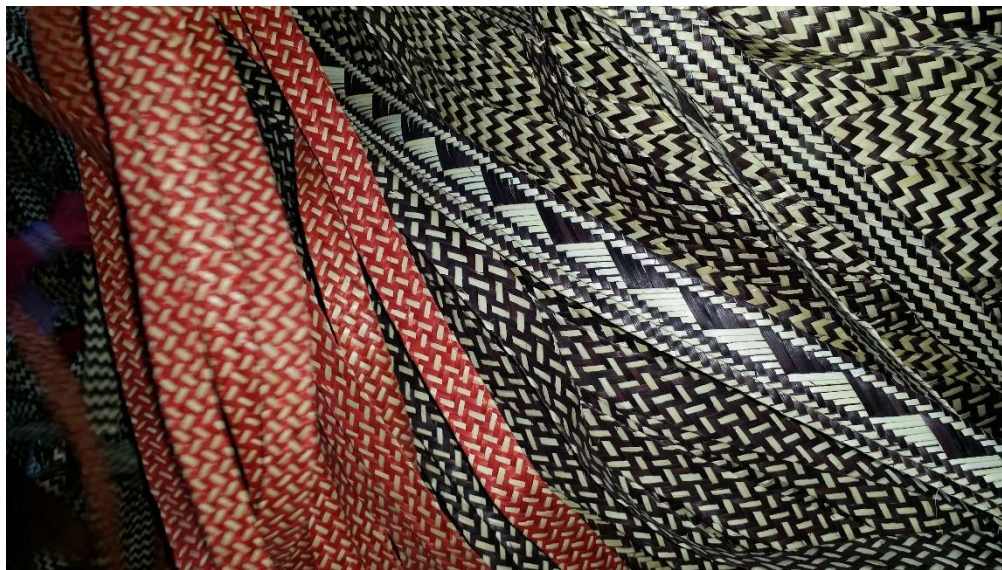
Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



3.3 Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal

En la actividad artesanal de las asociaciones se elabora la trenza de la caña flecha por metro, luego con ésta se cose, según el diseño del producto, y posteriormente se plancha. En ésta zona se hacen bolsos, monederos, billeteras, sombreros, cosmetiqueras en caña flecha y materia adicional de yute y cuerina, mochilas mixtas (tela, mola y caña flecha), cucharas y jarras en coco, en totumo y otras artesanías en croché, sombreros de palma de vino, sandalias decoradas, muñecas de trapo y en menor escala bordado en telas (Figura 8).

Figura 8. Tejido de caña flecha por metro

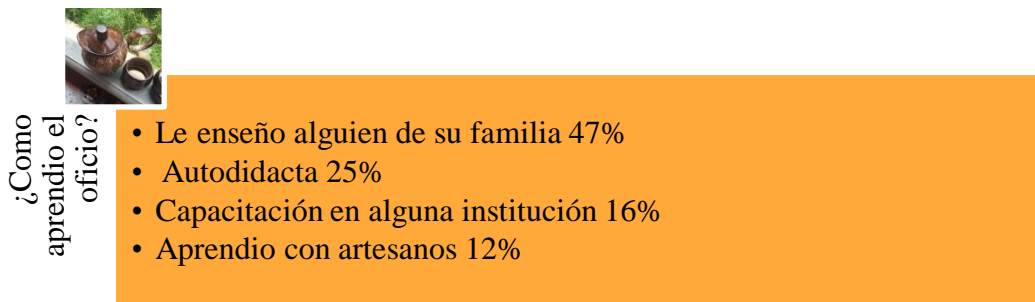


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Para la comprensión mayor de la actividad se presenta a continuación la pregunta utilizada en el instrumento y la relación porcentual de las respuestas a la misma:



Figura 9. Resultados de encuesta ¿Cómo aprendió el oficio?

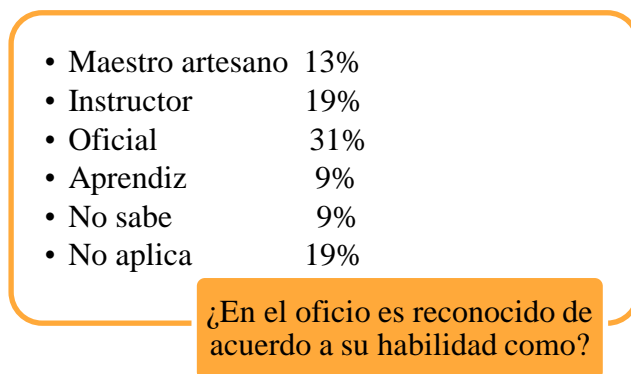


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La actualización y capacitación en el oficio se ha ejercitado de manera formal con el Sena, mediante cursos en un bajo porcentaje y solo unos pocos tienen certificado de competencia laboral, otros con talleres de aprendizaje ofrecidos por el programa de Oportunidades Rurales para la Mujer.

En cuanto a la habilidad en el oficio, la mayoría son oficiales o instructores, unos pocos maestros y algunos no saben cómo categorizarse dentro de la actividad. (Figura 10).

Figura 10. Resultado de la encuesta. ¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad cómo?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Que aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio, en este sentido la técnica y su dominio proviene de la experiencia en mayor grado acompañada de la conservación cultural que desean tener y la calidad de su trabajo de esta forma (Figura 11):

Figura 11. Resultados de la encuesta. ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio?

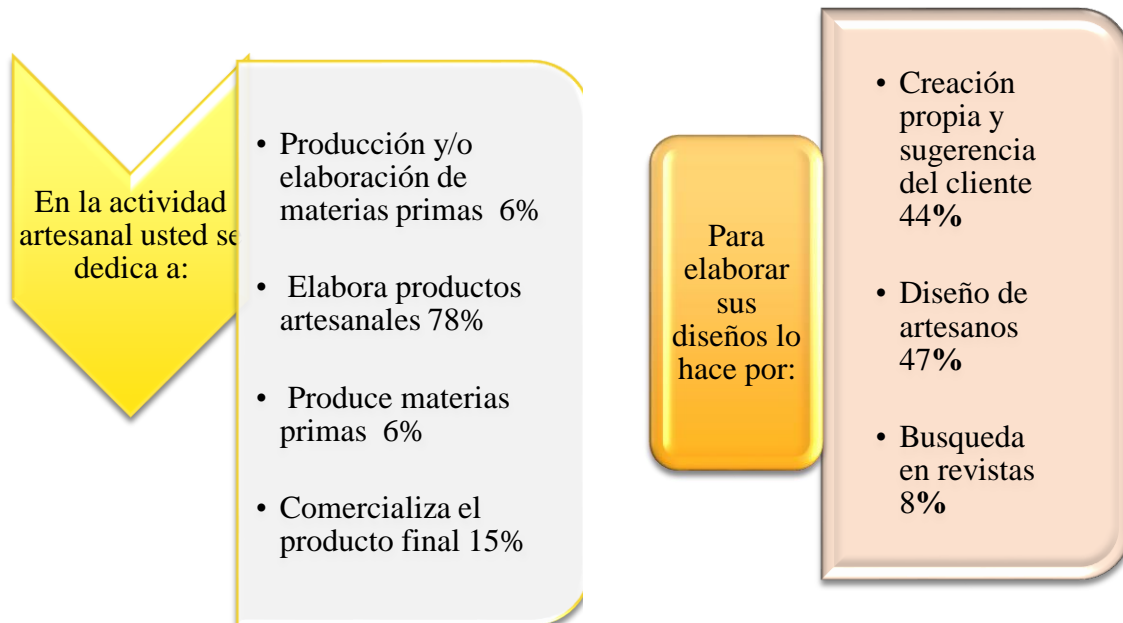


Conocimiento y dominio de la técnica y años de experiencia 56 %
Conservación cultural 13%
Enseñanza o transmisión del oficio 9%
Tradición familiar 9%
Calidad del trabajo que realiza 13%

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La mayor parte de su labor se concentra en la elaboración de productos artesanales, solo el 15% también los comercializa. Se inspiran en sus propios diseños y por sugerencias de los clientes en esta medida (Figura 12):

Figura 12. Resultados de la encuesta. ¿En la actividad artesanal a que se dedica? ¿Al elaborar sus diseños lo hace por?

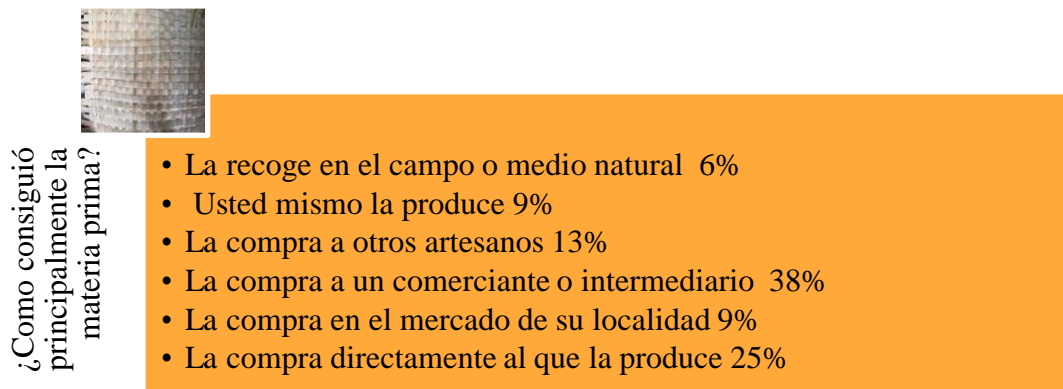


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



Sus actividades artesanales son realizadas en cualquier lugar de la vivienda. Existe una asociación artesanal rural que tiene un espacio de trabajo comunitario fuera del hogar con paredes y techos (quiosco). El tamaño aproximado del área de trabajo es entre 10m² y 50m². A su vez la consecución de la materia prima es mediante un comerciante intermediario, seguidamente en forma directa al que la produce y luego con otras posibilidades así (Figura 13):

Figura 13. Resultado de la encuesta. ¿Cómo consiguió principalmente la materia prima?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

El lugar de compra de la materia prima es realizado en mayor porcentaje localmente, le sigue el municipio más cercano Buenavista, Córdoba. En el año 2015, la materia prima fue adquirida en un 94% al detal en pequeña cantidades y el otro 6% es al por mayor. Sin embargo, cuando se hace la recolección de la materia prima, para los pocos que la producen, es frecuente hacerlo por temporadas; otros artesanos no tienen un tiempo definido y solo los que compran al por mayor, mantienen la materia prima de manera permanente en sus casas y compran de contado, el transporte utilizado a su sitio de trabajo es a pie o la envían y la lleva el proveedor en moto taxi.

Resulta evidente la problemática de consecución de materia prima (66%), en términos de cantidad y dinero (34) (Figura 14).

Figura 14. Resultado de la encuesta. ¿Cuáles son las principales dificultades para acceder a la materia prima?

Principales dificultades para acceder a la materia prima:	
Escasez de la materia prima y no se consigue la cantidad suficiente 66%	Los costos del material y falta de dinero 34%

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Por las condiciones en que se realiza el oficio, el porcentaje de materias primas sobrantes es menos de 5% para los productos en caña flecha. Los que son realizados en otro material, se desecha entre el 6% y el 20%.

Las principales dificultades para lograr los desarrollos o cambios en el producto han sido falta de dinero y limitantes para comercializarlo. Otros en menor proporción por falta de conocimiento.

Habitualmente, la venta de los productos en forma directa al consumidor final, es el más representativo y le siguen los puntos de ventas de sus talleres a donde se acercan los compradores por el reconocimiento voz a voz.

Los principales destinos de ventas son en orden de volumen de mayor a menor, el mercado local municipal, otros municipios del departamento y la capital del departamento “Sincelejo”. Algunos artesanos venden de manera ambulante en la calle, en la plaza de mercado y las ferias regulares a los que son invitados.

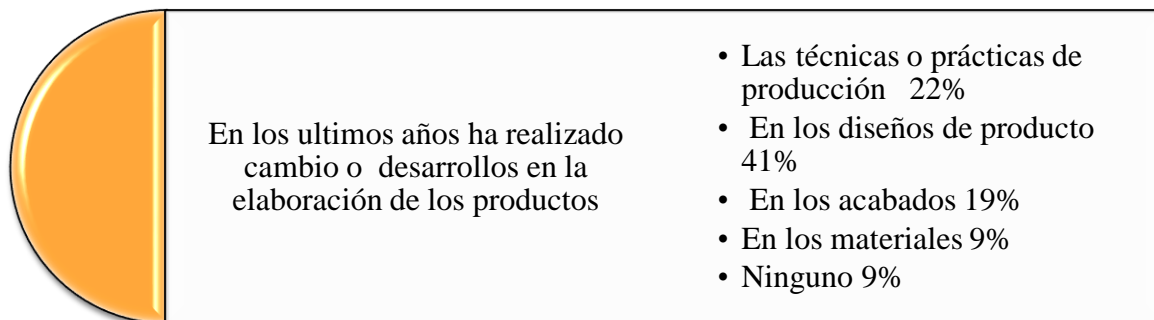
Los medio de promoción y difusión utilizadas en orden de importancia, son voz a voz, los catálogos, el internet y las ferias. Algunos utilizan WhatsApp y Facebook.

Los tres principales aspectos para fijar los precios de sus productos son costos de materia prima, mano de obra y transporte. En algunos casos es de mucha importancia los precios que fija la competencia en la región.

Las principales dificultades para transportar sus productos al lugar de venta, son los altos costos, el mal estado de las vías de los corregimientos de Sincelejo y la escasez de medios de transporte. Se utiliza moto taxi y transporte expreso.

Los cambios, se incorporaron para mejorar el producto, las ventas y en consecuencia los ingresos. Estas mejoras provienen de cambios en el conocimiento y creación individual del artesano, variedad de nuevos diseños y el proceso de elaboración del producto incorporando nuevas materias primas (este último solo para las combinaciones de caña flecha) y las formas de hacerlo (Figura 15).

Figura 15. Resultado de la encuesta. ¿En los últimos años ha realizado cambio o desarrollos en la elaboración de los productos?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Algunos artesanos para la presentación comercial, utilizan empaques especiales para el sombrero vueltiao, otros tienen tarjetas de presentación, algunos con un logo de la entidad, realzando la identidad de marca en productos con caña flecha.

Los principales problemas que enfrentan en la comercialización de sus productos son, limitaciones en el transporte, la competencia, el desconocimiento y la distancia hacia los mercados.

De los pocos artesanos que han participado en ferias, si es notorio que han sido varias localidades a saber: feria colonia Bogotá, ganadera Montería, expo ferias Manizales y ferias generales en Barranquilla, Popayán, Cali, Bucaramanga, Sincelejo, Bolívar, Valledupar y Bogotá.

Durante el año 2015, las limitantes en las ferias fueron los costos del stand para exhibición de producto, competencia por precios, mala organización del evento, falta de recursos y apoyo.

La comercialización de los productos fuera del país, se ha realizado ocasionalmente a Brasil y Ecuador por contacto personales de dos de los artesanos.

El 63% de los artesanos encuestados tiene conocimiento de la existencia de crédito o prestamos especiales para su actividad artesanal, han solicitado y le han sido otorgados créditos y préstamos al 22% y han recibido apoyo financiero a través de un proyecto estatal el 13% de los artesanos para el desarrollo de su actividad artesanal.

3.4 Características ambientales

Para ésta variable se observa la ausencia de capacitación en alto grado y la ya mencionada escasez de material que va en aumento y en peligro de extinción. Así como ausencia de capacitación y prácticas sostenibles nuevas de producción (Tabla 8).



Tabla 8. Aspectos ambientales en Sincelejo

Aspectos ambientales- Sincelejo				
	Dificultades			
Dificultades en adquisición de los materiales de origen natural /Normatividad	Material en peligro de extinción en la zona	Escasez de material	Otros costos de adquisición	Respondieron que no tienen conocimiento algunos sobre aspectos ambientales y normatividad
Entidad ofreciendo capacitación en manejo ambiental	Ninguna			
Cuidados de salud e higiene	Una capacitación por la Alcaldía y la Gobernación en Salud e Higiene			
Sostenibilidad de la producción	No han recibido capacitación, sobre la introducción de prácticas nuevas y sostenibles de producción			

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

3.5 La asociatividad artesanal y sus características

Las asociaciones de la pastora y las que funciona en Sincelejo se encuentran más estructuradas, son tenidas en cuenta por gobernación y Cámara de Comercio, debido a la calidad de sus productos y su gran desempeño asociativo.

La asociación de Alto Plano, quien en su inicio tenía 17 miembros ahora posee menos, se han desintegrado, desmotivados porque no tuvieron acceso al proyecto del Ministerio de Agricultura oportunidades rurales. Sin embargo, quienes tienen algunas hectáreas de tierra para el cultivo de la caña flecha. El valor pagado por el metro del trenzado al igual que en el resto de la región, es de \$500, con el agravante de que es un solo comerciante (viene de Córdoba) es quien compra la caña flecha que cultivan y coloca el precio muy bajo.



En cuanto a la Asociación de mujeres de San Martín, trabajan la materia prima (que cultivan) con la trenza y bolsos, pero poseen un menor nivel de organización y la misma problemática de comercialización, el valor pagado por metro trezado de caña flecha son \$500.

En detalle, la siguiente tabla establece como la obtención de las respuestas de la agremiación estuvo desde sus afiliados, hasta los niveles de representatividad de los mismos, donde solo servicios recreacionales y educativos en un pequeño nivel son percibidos como lo favorable, de la asociatividad, prima la ausencia de proyectos de participación en los últimos tres años (Tabla 9).

Tabla 9. Características del tipo de organización de las asociaciones objeto de la ruta

Características del tipo de organización											
Tiempo de vinculación/papel en la asociación	Tiempo de afiliado como miembro			Papel desempeñado en la organización							
	1 Año	2-5 Años	Más de 5 años	Representante legal	Presidente	Tesorero	Miembro asociado	Fiscal	Vocal	Control calidad trezado	
	22%	31%	47%	3,0%	6,0%	6,0%	69,0%	10,0%	3,0%	3,0%	
Entidad tiene estatutos	100,0%										
Beneficios recibidos por la organización	Le ofrece servicios educativos				Recreacionales y culturales		Asistencia para el mejoramiento de los procesos de producción		Eventos de capacitación administrativos y de organización social		
	13%				28%		6%		6%		
Beneficiario de algún proyecto artesanal público o privado						No han sido beneficiarios de ningún proyecto artesanal					
En los últimos tres años han recibido apoyo estatal o privado y de quien						Entre los años 2012 y luego 2014, participaron en el proyecto oportunidades rurales, mujer rural					

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



4. CAPÍTULO IV. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN MORROA

De acuerdo al instrumento de Artesanías de Colombia, las variables incluidas objeto de investigación son: datos personales de los artesanos, condiciones sociodemográfica, familiares, económicas, capacitación, aspectos de productividad, comercialización, distribución, técnicas y procesos, usos de materias primas, calidad, vida crediticia, vinculación a organizaciones o entidades, condiciones del negocio y su participación o no en proyectos, así como las condiciones ambientales y la normatividad con relación al oficio y cuidado personal, se detallan a continuación los resultados para el municipio de Morroa.

4.1 Morroa

Se pueden describir las características sobresalientes del municipio con los datos históricos de su fundación, composición de la población, ubicación geográfica, economía, temperatura, extensión total y vías de acceso (Tabla 10):

Tabla 10. Información general de Morroa, Sucre

MORROA (Sitio oficial de Morroa en Sucre, 2012) NIT: 892201296-2 Código Dane: 70473 Gentilicio: Morroano	
Principales datos históricos	Morroa, pueblo de indios, que a partir del año 1.533 debe soportar los ataques y presiones de los conquistadores Europeos y que termina sometándose y pagando tributo. Este pueblo sometido, muy pronto deja de tener una pureza de sangre y entra a formar con el español y el negro un mestizaje que es la población predominante en la actualidad. La población indígena que habito el hoy municipio de Morroa, perteneció a la familia lingüística caribe (finzenues), de ellos hereda la población actual de Morroa su artesanía. Morroa muy pronto llego a ser un centro de una gran actividad económica donde los españoles vieron la oportunidad de hacer una rápida fortuna, para lograr los objetivos que se habían propuesto establecieron sus negocios, las plantaciones y se dedicaron de lleno a la explotación del elemento aborígen.



Ubicación Geográfica	El Municipio de Morroa, presenta los siguientes límites geográficos: Al norte con el municipio de Toluviejo, Colosó y Los Palmitos. Al sur con los municipios de Corozal y Sincelejo. Al este con los municipios de Corozal y Los Palmitos. Al oeste con los municipios de Toluviejo y Sincelejo.
Economía	SECTOR AGROPECUARIO. En el municipio de Morroa, la agricultura tradicional constituye la principal actividad económica dentro del sector agropecuario. El 80% de la tierras del municipio están adjudicadas por la reforma agraria y en su mayor parte son aptas para la ganadería sin embargo este sector casi no se ha desarrollado debido al bajo poder económico de la mayoría de los habitantes y la alta inversión que demanda el sector. SECTOR AGRICOLA: La agricultura en el municipio de Morroa es típicamente tradicional y se hace en mezclas de cultivos que sirven para consumo familiar y el restante para el mercado. Los cultivos más importantes son: Yuca, Maíz, Ñame, Tabaco y Verduras. Los altos costos de producción de la agricultura originados por los altos precios de los insumos utilizados, han contribuido a la disminución de la rentabilidad del sector. SECTOR ARTESANAL: El municipio de Morroa se caracteriza por ser uno de los polos de desarrollo artesanal del departamento la mayor concentración de esta actividad se localiza en la cabecera municipal en donde existen más de 200 pequeñas famiempresas artesanales, fundamentalmente productoras de hamacas, de derivados del hilo y del maguey.
Temperatura	Temperatura media: 27° C
Extensión Total	Extensión total: 161.3 Km2
Vías de acceso	Terrestres: Carretera Morroa – Corozal. Carretera Morroa – Sabaneta: se localiza al norte de la cabecera municipal. Tiene una longitud de 16 Km. De los cuales 10 km. Están en buen estado y 6 Km. En regular estado. Transitables todo el año. Carretera Morroa – Troncal de Occidente: se localiza al sur del municipio. Transitables todo el año, tiene una longitud de 1.2 Km.

Fuente. (Sitio oficial de Morroa en Sucre, 2012)



4.2 Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las asociaciones indagadas en Morroa

Para las asociaciones objeto de estudio, se puede determinar que:

De acuerdo a la tradición artesanal la mayoría son mujeres, aunque han venido incursionando los hombres, la gran concentración poblacional está entre los 51 y 59 años y las maestras artesanas entre los 60 y 71 años que ejercen el oficio.

Se evidencia la necesidad del relevo generacional para la actividad artesanal, por otra parte es usual la convivencia en parejas sin casarse, esa es la franja de mayor concentración. La población vulnerable son madres cabeza de familia. La otra población con presencia en el lugar es la etnia Zenú.

La mitad de la población ha cursado la básica primaria, seguidos por la media de once grado, la básica secundaria de noveno a once y solo un 6,9% tiene un nivel técnico. Las familias más numerosas se concentran en tres miembros. Las condiciones económicas se constituyen en la mayor debilidad, toda vez que la mayor agrupación del ingreso está muy por debajo de un sueldo mínimo. Como es casi natural en este sector, muchas veces no se tiene claridad sobre el ingreso recibido por lo que al instrumento no respondieron el 20, 7%.

La fuente de ingresos más alta es la actividad artesanal, con una mayor frecuencia mensual esto acrecienta las condiciones precarias de su economía, mejorando un poco durante las temporadas. Para subsistir se requieren otros ingresos de miembros de la familia; provenientes por toques de música autóctona "piteros", oficios informales asociados a la agricultura o gastronomía casera y por algún miembro de la familia con un empleo formal (docente) (Tabla 11 y 12).

Tabla 11. Condiciones sociodemográficas en Morroa

SOCIODEMOGRÁFICAS											
Edad promedio-sexo-estado civil: soltero, separado, viudo, casado, no casado pero pareja mas de dos años	Edad promedio				Sexo		Estado Civil				
	21-40	41-50	51-59	60-71	M	F	Sol	Sep	Viu	Cas	NCp
	6,9%	13,8%	62,1%	17,2%	24,1%	75,9%	17,2%	20,7%	6,9%	17,2%	37,9%
Grupo étnico/ Población vulnerable	EL 10% se categorizan como etnia Zenú aunque no estén registrados en los cabildos										
	EL 35% madres cabeza de familia										
Nivel de escolaridad alcanzado: básica primaria completa, básica secundaria de sexto a noveno, media de décimo a once, técnico	Capacitación	Bpc		Bs6-9		Media		Técnico			
		41,4%		17,2%		34,5%		6,9%			
Número de Integrantes de la familia	Integrantes										
	2		3		4		5				
	27,6%		51,7%		13,8%		6,9%				

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Tabla 12. Condiciones socioeconómicas en Morroa

SOCIOECONÓMICAS								
Ingreso mensual asociados proveniente de las artesanías	Menos de \$689.000		\$689.501-1.379.000		\$1.379.001-\$2.000.000		No saben un valor	
	58,60%		13,80%		6,90%		20,70%	
Frecuencia del ingreso por la actividad	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional	Por temporadas	No respondieron		
	20,70%	6,90%	31%	3,40%	13,80%	24,20%		
De que otra fuente proviene el ingreso	Oficios varios			Un familiar		Música		
	6,90%			3%		3,40%		
Condiciones de servicios públicos								
Acueducto público, Agua en pila o carrotanque, Energía eléctrica, gas, recolección de basuras, alcantarillado, teléfono, internet	Acue. Público.	Agua carrotan q.	Energía	Gas	R.basura	Alcant.	Tf. F	Internet
	89,70%	10,30%	89,70%	75,90%	86,20%	65,50%	58,6%	48,30%

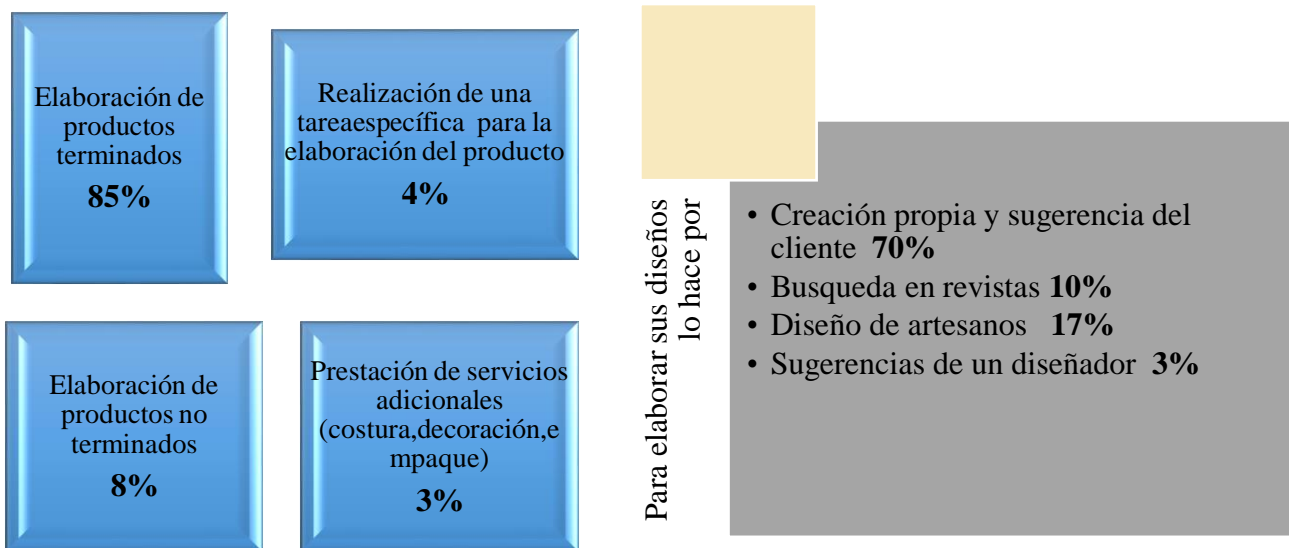
Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

En el municipio la mayor parte de las personas entrevistadas se encuentran en la zona céntrica o barrios y un porcentaje menor están en la periferia, por la salida a Corozal, o a la de la vía a Sincelejo no pavimentada, en éste último sector se evidencia la carencia de todos los servicios públicos son aproximadamente el 10% de los encuestados, el agua la reciben en carro tanque. Los demás artesanos en su mayoría poseen los servicios básicos y acerca del internet es el menor servicio; la respuesta del teléfono con 58,6% fue entendida para el teléfono celular que pueden tener algunos de ellos u otros miembros de su familia.

4.3 Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal

Se dedican al tejido de hamacas en sus diferentes presentaciones, bolsos, ponchos, bufandas, en menor escala el crochet y el macramé, su aprendizaje es autodidacta y en su mayoría enseñada de acuerdo a la tradición familiar, elaborando sus productos terminados por creación propia y sugerencia del cliente (Figura 16).

Figura 16. Resultado de encuesta Morroa. ¿En la actividad artesanal usted se dedica a? ¿Al elaborar sus diseños los hace por?

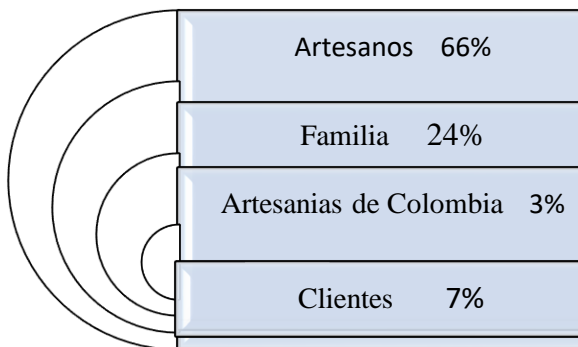


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

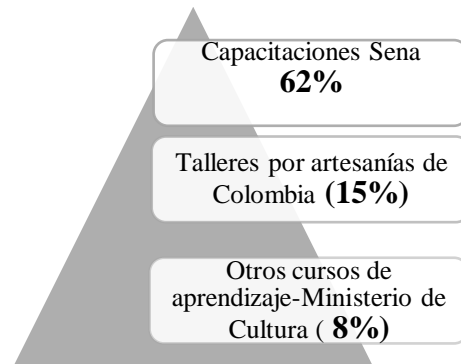
Es claro el reconocimiento desde ellos mismos en su actividad, quien ha realizado mayor presencia de capacitación es el Sena (Figura 17).

Figura 17. Resultado de encuesta Morroa. ¿El reconocimiento por sus habilidades en el oficio artesanal proviene de? ¿Qué estudios tiene?

Reconocimiento por sus habilidades en el oficio artesanal de los entrevistados proviene de



Certificaciones de Talleres (diplomas) el 45% de los encuestados en su orden:

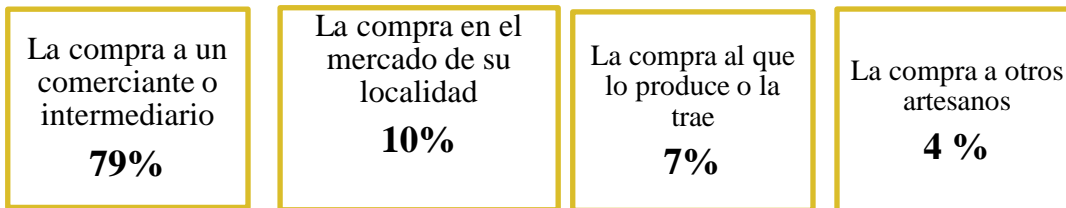


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Condiciones del producto.

Se mantiene la realización de su producto con materias primas compradas mayormente a intermediarios, que lo distribuyen en su propia localidad y en la ciudades cercanas de Barranquilla (Figura 18).

Figura 18. Resultado de encuesta Morroa. ¿Qué tipo de materia prima utiliza?

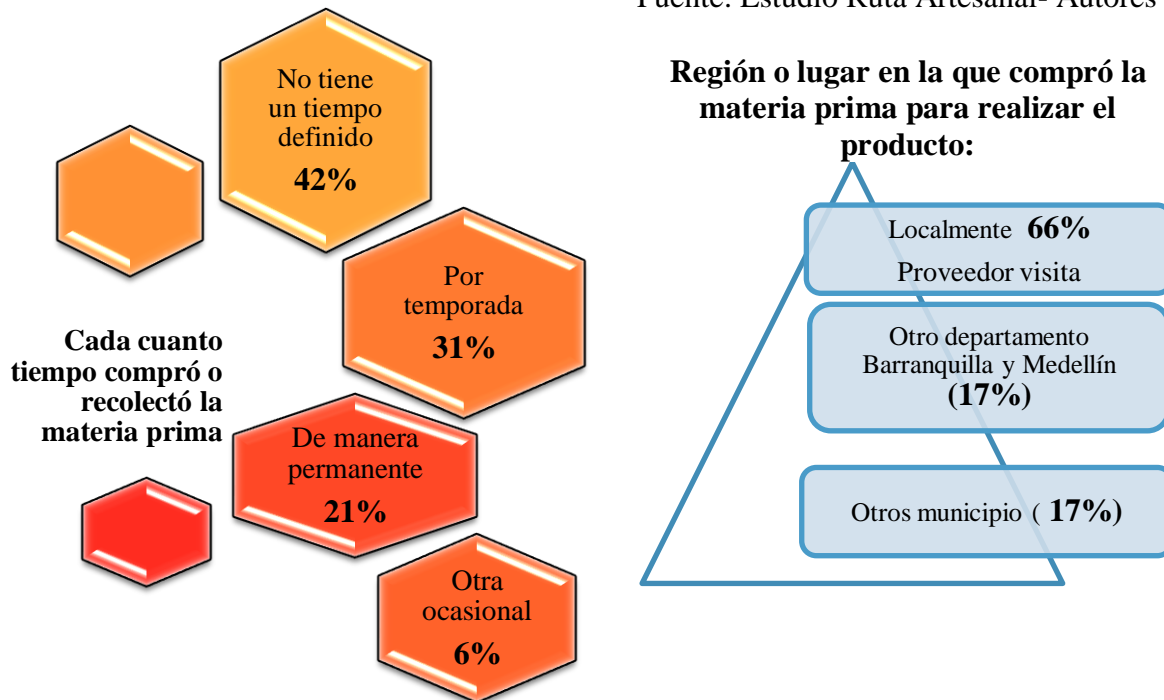


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La compra no tiene un tiempo definido, sin embargo es mayormente por temporadas

Figura 19. Resultado de encuesta Morroa. ¿Cada cuánto tiempo compró o recolectó la materia prima? ¿En qué lugar o región compró la materia prima para realizar el producto?

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



Las principales dificultades tanto para adquisición de materias primas como para realizar desarrollos del producto son la falta de dinero y la poca e inadecuada comercialización. Así mismo, los cambios en la elaboración del producto, reflejados en los acabados y los diseños fueron para mejorar las ventas, los ingresos y el producto en sí en tercera instancia (Figura 20).

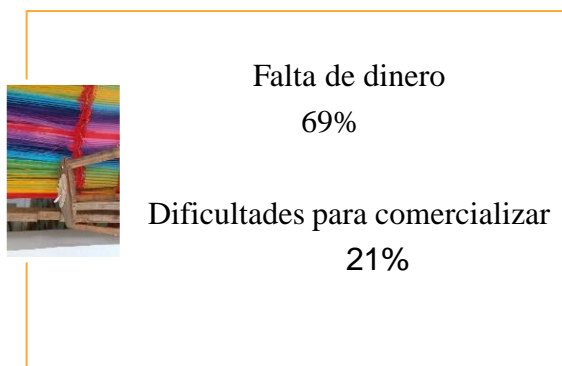
Figura 20. Resultado de encuesta Morroa. Principales dificultades para acceder a las materias primas o materiales

Principales dificultades para acceder a las materias primas o materiales

- Falta de dinero 72%
- Dificultades para comercializar el producto 38%

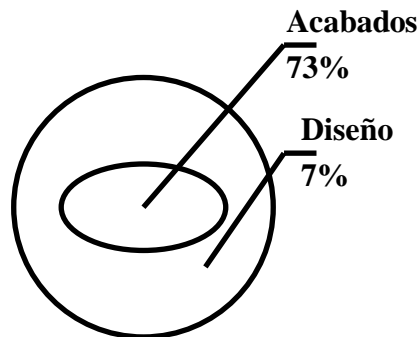
Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Figura 21. Resultado de encuesta Morroa. Principales dificultades para enfrentar desarrollos en el producto



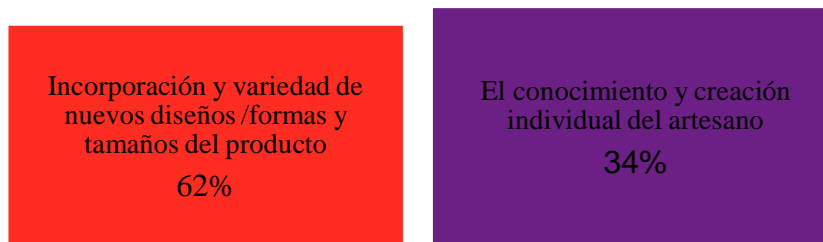
Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Figura 22. Resultado de encuesta Morroa. ¿Cuáles cambios ha realizado en la elaboración del producto?



Los cambios en términos del producto se han centrado en variedades de diseños, tamaños y formas aunados a la creatividad del artesano.

Figura 23. Resultado de encuesta Morroa. ¿En cuáles aspectos del producto elaborado y /o fases de la comercialización donde se han incorporado los cambios?

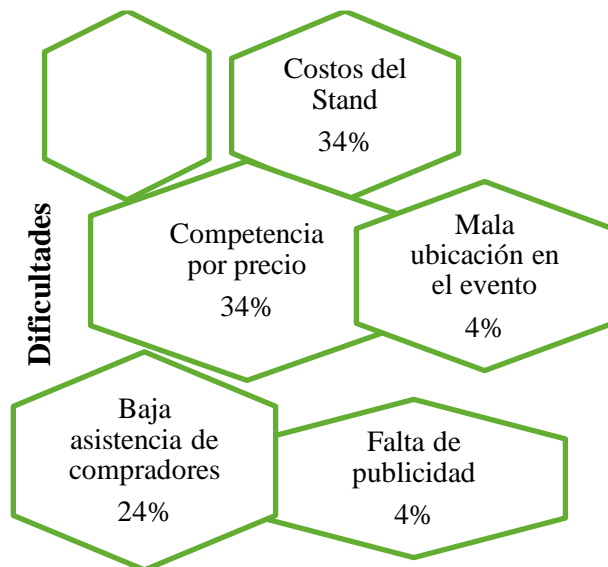


Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Por otra parte se han acentuado en altos costos y dificultades de comercialización para la asistencia a ferias por competencia en precios y baja asistencia.



Figura 24. Resultado de encuesta Morroa. Dificultades en la participación en ferias



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

4.4 Condiciones ambientales, normatividad con relación al oficio y cuidado personal

Las condiciones ambientales de trabajo y la sostenibilidad de la producción, se han limitado a información general por un lado, acerca del uso de anilina con plantas, para mantener el uso natural en el tinturado, pero adolecen de capacitación en manejo ambiental y cada vez hay mayores dificultades para adquirir materiales (Tabla 13).

Tabla 13. Aspectos ambientales de Morroa

Aspectos ambientales- Morroa				
	Dificultades			
	Material en peligro de extinción en la zona	Escasez de material	Otros costos de adquisición	No respondieron
Dificultades en adquisición de los materiales de origen natural /cuidados de salud e higiene	El algodón no se produce en la zona, incluso para los hilos el de calidad es importado por el distribuidor	55,0%	28,0%	17,0%
Entidad ofreciendo capacitación	Carsucre ofreció en tiempos pasados sobre como hacer con plantas las anilinas para evitar el uso de colorantes químicos			
Cuidados de salud e higiene	No han recibido capacitación sobre cuidados de salud e higiene, algunos informan los problemas de espalda por el paleteo, Corposucre ha realizado investigación sobre esta problemática			
Sostenibilidad de la producción	La única información recibida por algunos, es la de no quemar a cielo abierto los desechos			

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La materia prima de origen natural escasa, es con relación al hilo que tiene un mayor costo y últimamente llega con calidad regular. Cuando el material se encuentra agotado lo adquieren en otro lugar, pero pocos tienen posibilidades financieras para desplazarse a conseguirlo. En el proceso de elaboración de los productos artesanales: utilizan agua, energía eléctrica, gas natural y leña, esta última puede producir riesgos en su salud. Se genera el ruido de la paleta al tejer y como una buena práctica se estableció que la mitad de los encuestados limpia el estado de los utensilios especialmente para evitar que el tejido quede sucio.

4.5 La asociatividad y sus características

Los miembros asociados y sus representantes en junta directiva coincidieron en que la actividad que mayormente los ha caracterizado son las ferias y estar juntos para efectos de comercialización, pero estiman que no puedan beneficiarse con servicios especiales de la misma. Manifiestan que los apoyos estatales los entregaron, “Montes de María y Fademer” hace 8 años y actualmente uno de los grupos está asesorado por el Ministerio de cultura y apoyado para procesos de exportación (Tabla 14).



Tabla 14. Características del tipo de organización de Morroa

Características del tipo de organización						
Tiempo de vinculación/papel en la asociación	Tiempo de afiliado como		Papel desempeñado en la organización			
	2-5 Años	Más de 5 años	Representante legal	Tesorero	Miembro asociado	
	21,0%	79,0%	7,0%	10,0%	83,0%	
Entidad tiene estatutos						100,0%
Beneficios recibidos por la organización	No ofrece servicios especiales	Eventos en capacitación, diseño y creación de productos	Ejecución de proyectos con organizaciones	Apoyo en eventos feriales y venta de productos	Eventos administrativos en capacitación y organización social	Asistencia en la comercialización
	28%	7%	3%	17%	10%	15%
Beneficiario de algún proyecto artesanal público o privado	Montes de María hace 8 años para adecuación de algunos talleres- 2008-Fademer					
En los últimos tres años han recibido apoyo estatal o privado y de quien	Solo un grupo mediante el proyecto "Emprende Cultura" del Ministerio de Cultura, Fundación Somos Más, Adelco y Universidad de Antioquia					
Entidades públicas o privadas que apoyan el sector	No existen entidades públicas o privadas que apoyen el sector artesanal en Morroa					

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



Ahora bien, los miembros asociados tienen claridad sobre la importancia de trabajar en comunidad, conocen los estatutos, sin embargo existen acentuadas diferencias entre las diferentes organizaciones. Cuando son objeto de un llamado, para actividades asociativas, hay un liderazgo marcado en las artesanas tradicionales

Es importante el apoyo actual, aunque en pequeña escala, del Ministerio de Cultura y de universidades, esto se debe fomentar y potencializar en aras de conservación de la tradición cultural artesanal y su permanencia en el tiempo por sostenibilidad. Producto de la visita y entrevistas generales se concluyen aspectos esenciales como los siguientes: en Artesum, han disminuido su constitución inicial de 62 participantes, fue replanteada con solo 31 miembros y en la práctica se observó como la cohesión de tipo asociativo se ha perdido, funcionan permanentemente aproximadamente 10 miembros.

Avanza en fortalecimiento y participación activa el grupo pre cooperativo Casa de la Hamaca, que inicialmente eran 19 asociados. Está estructurada y realiza acciones e interés para la contribución hacia el sector artesanal y las visitas de turistas.

Por otra parte, para Asoar, quien no funciona cohesionado, algunos asociados perciben la intervención de algunos capacitadores externos, como un elemento contraproducente, porque la transmisión del proceso y el conocimiento real de la técnica, no ha sido igual, e incluso con esas intervenciones el producto ha desmejorado.

Conforme a lo descrito la actividad artesanal en la zona de Morroa, poseen fases en la cadena del tejido; se realizan algunas labores de cosida o de telas en menor escala, es usual que se ayuden entre miembros de la familia para hilvanado y se destaca el ingenio y la creatividad del artesano incorporado en nuevos diseño, formas, tamaños, versatilidad añadiendo cambio por sugerencias según pedidos hechos por los clientes.



Los años de experiencia, la calidad y el dominio de la técnica son los aspectos cruciales hacia la continuidad de esta técnica. Es necesario trabajar en: Materias primas de mejor calidad, sin intermediarios y consecución de ella con mayor frecuencia, favoreciendo la asociatividad con economías de escala, preparación y acceso a finanzas para la producción y oferta del producto para favorecer la comercialización de demanda por medio de diversos canales

5. CAPÍTULO V. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN SAMPUÉS

Con base en el instrumento de Artesanías de Colombia, las variables incluidas objeto de investigación son: datos personales de los artesanos, condiciones sociodemográfica, familiares, económicas, capacitación, aspectos de productividad, comercialización, distribución, técnicas y procesos, usos de materias primas, calidad, vida crediticia, vinculación a organizaciones o entidades, condiciones del negocio y su participación o no en proyectos, así como las condiciones ambientales y la normatividad con relación al oficio y de cuidado personal, se detallan a continuación los resultados para el municipio de Sampués.

5.1 Sampués

Las características generales del municipio, se describen con su fundación, ubicación geográfica, economía, temperatura, extensión total y vías de acceso (Tabla 15).

Tabla 15. Información general de Sampués, Sucre

SAMPUES (Sitio Web de Sampues en Sucre, 2014)	
NIT: 892280055-1. Código Dane: 70670. Gentilicio: Sampuesanos Otros nombres que ha recibido el municipio: Sampuit	
Principales datos históricos	Fecha de fundación: 27 de noviembre de 1610 Nombre del/los fundador (es): Alonso de Padilla Los primeros pobladores son del grupo de los Zenúes del subgrupo de los Finzenúes y Panzenúes
Ubicación Geográfica	El municipio de Sampués hace parte del Departamento de Sucre y de la República de Colombia. Está ubicado en la Subregión Sabanas ubicado en el sector sur occidente del Departamento de Sucre, tiene una superficie de 209 Kilómetros cuadrados, correspondientes al 2% del Departamento de Sucre, limitando al Norte con el Municipio de Sincelejo, Sur y Occidente con el Municipio de Chinú y San Andrés en el Departamento de Córdoba, al Oriente con el Municipio de Corozal y El Roble. Dista de la ciudad capital Sincelejo a 19 Kms. El Municipio está conformado por 27 Barrios del



	perímetro urbano, 19 Corregimientos, 18 Veredas, y 1 Resguardo Indígena dividido en 22 Cabildos Menores de la etnia Zenú
Economía	La actividad tradicional de la economía municipal ha sido la ganadería extensiva, siguiéndole la agricultura. En menor escala la Agroindustria de la yuca, y microempresas que mantienen la economía del casco urbano en el municipio, como son la Artesanía, Ebanistería, Curtiembre, Bollo, Talabartería, Construcción, Confecciones, Herrería y Estilistas.
Temperatura	La Temperatura Media oscila entre 26 - 29° C.
Extensión Total	209 Km ²
Vías de acceso	<p>Terrestres: El municipio de Sampués cuenta en la cabecera municipal con un total de 40 Km. de vías, de las cuales el 39% se encuentran pavimentadas.</p> <p>Por otra parte, en lo concerniente a la zona rural, se llevó a cabo la construcción del anillo vial indígena el cual se encuentra en buen estado y se aprobó en el Plan de Desarrollo nacional, el proyecto de pavimentación asfáltica de la vía Sampués – Ceja del Mango. El resto de las vías del municipio son destapadas y su estado es regular</p> <p>El municipio cuenta con 23 buses, de transporte intermunicipal cuya ruta es Sampués – Sincelejo con una frecuencia de salida de cada 10 minutos.</p> <p>El transporte rural se realiza a través de camperos y moto taxis, estos últimos suman en su totalidad 250 vehículos.</p>

Fuente. (Sitio Web de Sampués en Sucre, 2014)



5.2 Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las asociaciones indagadas en Sampués

La muestra tuvo una composición de un 64% en la cabecera municipal y el 36% en los corregimientos aledaños de artesanos. La mayoría son mujeres, es bastante representativa la población masculina con el 40%.

El rango de edad promedio más elevado se concentra entre los 42 y 50 y entre los 51 y 59 años; la población mayor con la tradición oscila entre 60 y 71 es de 26,7% las nuevas generaciones se involucran en menor porcentaje 11,1%.

La población está mayormente casada en un 46,7%, solteros y no casados pero con pareja de más de dos años se encuentran con igual representatividad del 20% y finalmente los viudos. Se presenta una concentración del 24% de la etnia Zenú, seguido de madres cabeza de familia, desplazados y víctimas de la violencia, para estos últimos la tradición artesanal en cualquiera de sus fases es una posible fuente de ingreso, para su condición de vida.

El mayor nivel de escolaridad es la básica primaria completa, seguida con el técnico (capacitación del Sena), la media, la básica secundaria de noveno a once, universitaria completa e incompleta, sin embargo sin ninguna educación hay un 9%. La composición de las familias con sus integrantes en orden porcentual son de 4 miembros (el más alto 31%) seguidas por las de 5(17,8%), hay de 3, 2, 6 y se halla un 7% de familias numerosas conformadas por diez personas.

Las condiciones económicas son notorias, el ingreso está muy por debajo de un sueldo mínimo con un 69% seguido en la escala hasta \$1.379.000 con 16%. Los que reciben ingresos superiores son por combinar los ingresos con otras labores (Tabla 16 y 17).

Tabla 16. Condiciones sociodemográficas en Sampués

SOCIODEMOGRÁFICAS											
Edad promedio-sexo-estado civil: soltero, separado, viudo, casado, no casado pero pareja mas de dos años	Edad promedio				Sexo		Estado Civil				
	21-40	41-50	51-59	60-71	M	F	Sol	Sep	Viu	Cas	NCp
	11,1%	31,1%	31,1%	26,7%	40,0%	60,0%	20,0%	11,1%	2,2%	46,7%	20,0%
Grupo étnico/ Población vulnerable /urbana o rural	El 24,4% se categorizan como etnia Zenú y el 22,2% madre cabeza de familia, población vulnerable										
	EL 8,9% desplazados y el 2,2% víctima de la violencia. 64% , población urbana y 36% rural										
Nivel de escolaridad alcanzado: ninguno, básica primaria completa, básica secundaria de sexto a noveno, media de décimo a once, técnico, universitaria completa, incompleta	Capacitación	Ning.	B.p.Com.	B.S 6 a 9	B.S 10 a 11	Técnico	Univ.Comp.	Univ. Incomp.			
		8,9%	46,7%	20,0%	11,1%	22,6%	6,7%	4,4%			
Número de Integrantes de la familia	Miembros Integrantes de la familia										
	1	2	3	4	5	6	10				
	4,4%	15,6%	13,3%	31,1%	17,80%	11,10%	6,70%				

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Tabla 17. Condiciones socioeconómicas en Sampués

SOCIOECONÓMICAS									
Ingreso mensual asociados proveniente de las artesanías	Menos de \$689.000		\$689.501-1.379.000		\$1.379.001-\$2.000.000		Más de \$2.000.000	78% actividad artesanal	
	68,90%		15,60%		11,10%		4,40%	22% Otras actividades	
Frecuencia del ingreso por la actividad	Diarioa	Semanal		Quincenal		Mensual	Ocasional	Por temporadas	No respondieron
	8,90%	15,6%		11%		16,00%	16,00%	22,2%	11,10%
De que otra fuente proviene el ingreso	Oficios varios		Agricultura		Chance		Comercializa otros	Docencia	Jornalero
	2,20%		6,70%		2,20%		6,60%	2,20%	2,20%
Condiciones de servicios públicos									
Acueducto público, Agua en pila o carrotanque, Energía eléctrica, gas, recolección de basuras, alcantarillado, teléfono, internet	Acue. Público.	Agua carrotan q.	Energía	Gas	R.basura	Alcant.		Tf	Internet
	85,00%	15,00%	91,00%	65,00%	91,00%	87,00%		9,0%	9,00%

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



5.3 Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal

Las asociaciones son más diversificadas, poseen productos en caña flecha, tejeduría, la actividad del trenzado, la costura e incluso combinada con la ebanistería. Se mantiene la enseñanza tradicional de la familia y la creatividad expresada en forma autodidacta (Figura 27):

Figura 25. Resultado encuesta Sampués. Oficios que se desempeñan en la actividad artesanal. ¿Cómo aprendió el oficio?

Oficios que se desempeñan en la actividad artesanal muestra asociativa



Caña flecha completo 31.1%

Tejeduría en telas 28.9%

Trenzado 20%

Costura de la trenza 6.7%

Ebanistería 4.4%



¿Cómo aprendió el oficio?

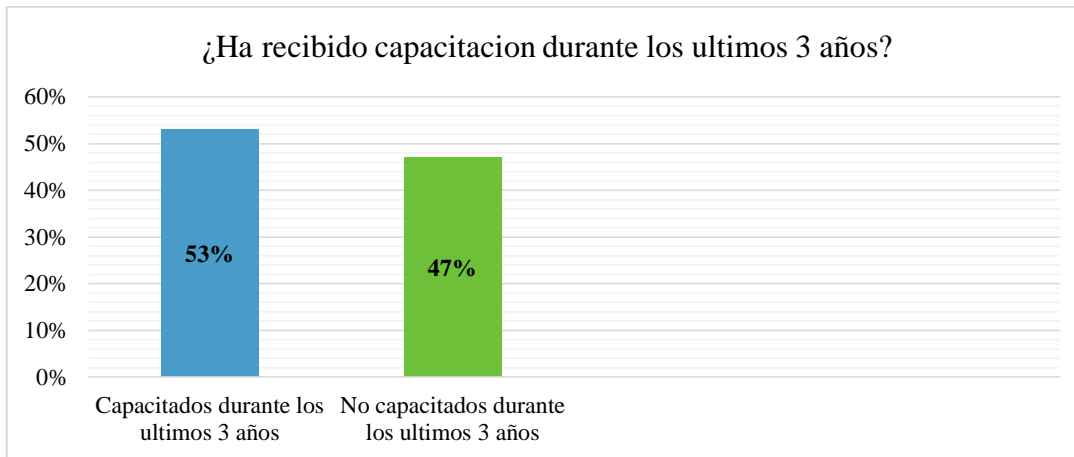
- Le enseñó alguien de su familia 64.5%
- Aprendió con artesanos 22.2%
- Autodidacta 13.3%

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Consecuentemente, el 53% de los entrevistados manifestó recibir capacitación para el mejoramiento del oficio en los últimos tres (3) años con el Sena en cursos y certificación de competencias laborales, Artesanías de Colombia, Icontec y la ONG Restrepo Barco (Figura 28):



Figura 26. Resultado encuesta Sampués. ¿Ha recibido capacitación durante los últimos 3 años?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Referente al tiempo desempeñando el oficio y el reconocimiento por su actividad, el 20% de los artesanos respondió que sí tienen sello y certificación de calidad (3 asociaciones), diplomas (1 asociación), reconocimiento en dinero (2 asociaciones), mención honorífica de la alcaldía (2 asociaciones), sello de Icontec hecho a mano por artesanías de Colombia (1 asociación) y por artesanos más antiguos en el oficio (1 asociación) (Figura 29)

Figura 27. Resultado encuesta Sincelejo. ¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad cómo?

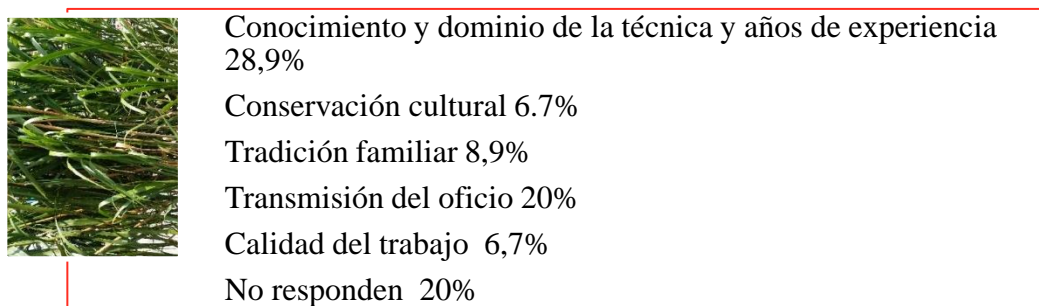
- Maestro artesano 17,8%
- Instructor 17,8%
- Oficial 46,7%
- Aprendiz 4,4%
- No sabe 13,3%

¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad como?

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Y en cuanto a la procedencia de habilidades y conocimiento en el oficio se manifestó con mayor porcentaje el dominio en la técnica y los años de experiencia (Figura 30).

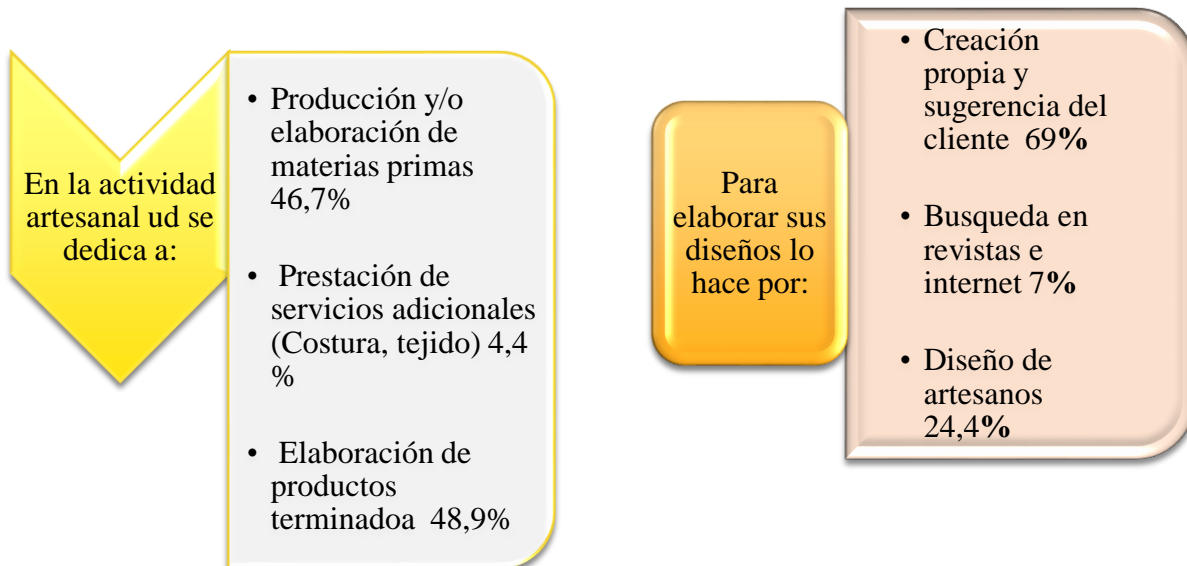
Figura 28. Resultado encuesta Sampués. ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio, proviene de?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La elaboración de costura y tejido está en menor grado, mayor proporción producción, elaboración de materias primas y productos terminados. Prevalece la creatividad y sugerencia de clientes.

Figura 29. Resultado encuesta Sampués. ¿En la actividad artesanal a que se dedica? ¿Al elaborar sus diseños lo hace por?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

El lugar de trabajo de los artesanos en su mayoría es dentro de su lugar de residencia y el área aproximada es menos de 10m² (58%), entre 10 y 50m (33%) y más de 50m², (9%).

En Sampués, se observan las actividades de curtiembre y madera, tejeduría en telar y caña flecha (Figura 32).

Figura 30. Resultado encuesta Sampués. Actividades artesanales.



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Se identifican por elaborar, sandalias, sombreros, bolsos, correas, mochilas, individuales, puf, ponchos en caña flecha y tejeduría en telar, abarcas de mujer y hombre, chupa para caballos, montura, tereques, chamarra, silla de caballo y bolsos en cuero. En madera, mecedoras y muebles, entre otras.

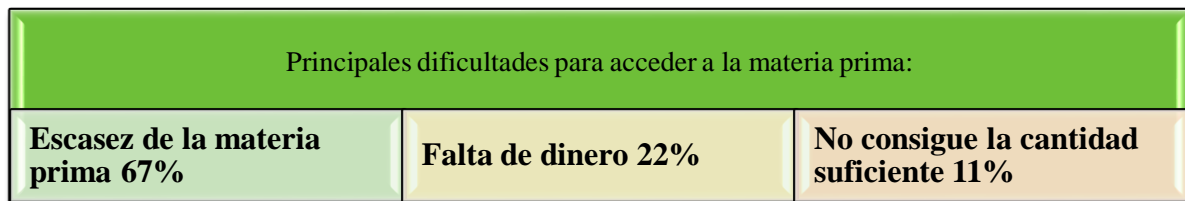
Hay una inclinación, para desarrollo y cambio en la elaboración de los productos en su orden de importancia así: diseño de producto, técnicas o prácticas de producción, materiales y finalmente los acabados. Los cambios se incorporaron para mejorar el producto, las ventas y en consecuencia los ingresos y el negocio.



Para el producto y las fases de comercialización del mismo, se incorporaron variedad de nuevos diseños y en formas y tamaños. Esto ha incidido directamente en la mejora del producto elaborado y en menor proporción para el volumen de ventas, asociadas a los eventos feriales.

La principal dificultad para lograr los cambios y desarrollos en la mencionada elaboración de productos, se concentran en la falta de dinero. Habitualmente, la venta de los productos en forma directa al consumidor final, es la más representativa y le siguen los intermediarios y las organizaciones artesanales con igual proporción en importancia.

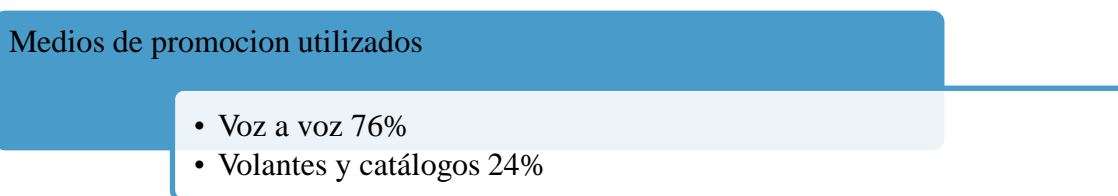
Figura 31. Resultado encuesta Sampués. Principales dificultades para acceder a la materia prima.



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Los principales destinos de ventas son en orden de volumen de mayor a menor, el mercado local municipal, otros municipios del departamento y otros departamentos. Los medios de promoción y difusión utilizados con voz a voz y catálogos, no utilizando medio como el internet que es masivo y de fácil acceso.

Figura 32. Resultado encuesta Sampués. Medios de promoción utilizados



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



En cuanto a la presentación comercial, algunos de los artesanos utilizan empaques especiales para el sombrero vueltiao, otros tienen tarjetas de presentación, algunos con un logo de la entidad.

Las problemáticas en la comercialización de sus productos son, la distancia a los mercados para el cumplimiento de pedidos y el desconocimiento de los mercados. La población artesanal rural, tiene dificultades para transportar sus productos al lugar de venta por el mal estado de las vías. En cuanto a lo referente a fijar los precios, los principales aspectos que tienen en cuenta son principalmente los costos de materia prima, mano de obra y transportes.

Han participado pocos, pero en muchas ferias, lo han hecho en las siguientes: Agroexport, maestros artesanales en Neiva, expo artesanías Bogotá y Medellín, expo Cauca, feria de Cartagena, de las flores, del sombrero vueltiao de Sampués, Tuchín, Montería, en Sincelejo, y otras ciudades Popayán, Cali, Manizales, Bucaramanga. Los principales problemas en las ferias artesanales en las que se han participado son el costo del stand para exhibición de producto, baja asistencia de compradores y en algunos casos mala organización y ubicación.

El 31% de los artesanos encuestados tiene conocimiento y han solicitado créditos y préstamos especiales para su actividad artesanal, solo al 3% de ellos no se los han aprobado. No han recibido apoyo financiero de cooperación internacional, estatales y de ONG para el desarrollo de su actividad artesanal.

5.4 Condiciones ambientales, normatividad con relación al oficio y cuidado personal

Con respecto a lo ambiental y sostenibilidad para la realización de sus productos, se coloca en evidencia que la escasez de material es cada vez mayor y se requiere intervención y apoyo en ese sentido, de igual forma en la parte de capacitación y en el cuidado personal de los artesanos (Tabla 18).



Tabla 18. Aspectos ambientales en Sampués

Aspectos ambientales- Sampués				
	Dificultades			
Dificultades en adquisición de los materiales de origen natural /cuidados de salud e higiene	Material en peligro de extinción en la zona	Escasez de material	Otros costos de adquisición	No respondieron
	4%	49,0%	13,0%	34,0%
	No existe presencia de entidades que hayan ofrecido capacitación sobre ningún aspecto del manejo ambiental			
Entidad ofreciendo capacitación	No han recibido capacitación sobre cuidados de salud e higiene, algunos informan que están afectados algunos artesanos para el tejido de la trenza por brotes de Chicunguya y zika			
Cuidados de salud e higiene	No han recibido capacitación, sobre la introducción de prácticas nuevas y sostenibles de producción			
Sostenibilidad de la producción				

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

5.5 Condiciones de asociatividad y sus características

La vinculación en la Asociación es en mayor porcentaje ocho años, estiman que han facilitado proyectos, capacitaciones y eventos administrativos y quien ha estado más cerca para apoyar en los últimos tres años ha sido una Fundación (Tabla 19).

Tabla 19. Características del tiempo de organización en Sampués

Características del tipo de organización								
Tiempo de vinculación/papel en la asociación	Tiempo de afiliado como miembro			Papel desempeñado en la organización				
	1 Año	2-5 Años	Más de 5 años	Representante legal	Miembro asociado	Tesorero	Presidente	
	13%	7,0%	80,0%	14,0%	82,0%	2,0%	2,0%	
Entidad tiene estatutos						100,0%		
Beneficios recibidos por la organización	Le ofrece servicios educativos	Recreacionales y culturales	Asistencia para el mejoramiento de los procesos de producción	Asistencia en la comercialización	Ejecución de proyectos con organizaciones	Apoyo en eventos feriales y venta de productos	Eventos administrativos en capacitación y organización social	Eventos de capacitación y diseño de productos
	25%	4%	2%	7%	2%	18%	13%	29%
Beneficiario de algún proyecto artesanal público o privado	Fundación Restrepo Barco							
En los últimos tres años han recibido apoyo estatal o privado y de quien	No han recibido ningún apoyo							
Entidades públicas o privadas que apoyan el sector	No existen entidades públicas o privadas que apoyen el sector artesanal en Morroa							

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



Se observa en el detalle de las asociaciones, que es frecuente cambiar de una hacia otra, sin dar por terminada la anterior. Por esto en el corregimiento de Santa Inés de Palito, los miembros de Asodemusip, primeramente fundaron Asoarpa, Asociación de artesanas de Palito, con un listado de 8 participantes. En San Luis, en forma parecida primero fue Asohilartes y actualmente en 2017 Asomuartes.

Por otra parte, algunas consideraciones importantes, relacionadas con la puesta en valor de la ruta turística son las siguientes:

La Asociación de productores artesanales de Sampués Asoproarsam, desde su fundación consta con seis (6) asociados que corresponden a miembros de una misma familia.

La Fundación: “Luz de Esperanza”, en Sampués, tiene a su representante manejando lo que ellos estiman una "ruta turística ", Cesar Tulio Martínez Portacio junto con el señor Enorbe Córdoba, quien tiene mayor experiencia en el lugar y ejerce en la práctica las actividades referentes al turismo y se apoya con la secretaria de Desarrollo del Municipio y Secretaria de Educación, se tienen antecedentes de una ruta definida en un folleto, con una promoción directa desde Fontur, para el lugar.

La Asociación para el desarrollo artesanal Zenú Calle larga, en la actualidad no funciona cohesionada por las experiencias negativas en el pasado, además algunos de los artesanos se han enfermado de Zika y Chicunguya y tienen problemas para trenzar. Por lo anterior se procedió a realizar una entrevista con el Cacique para lograr su anuencia e intervención en el diseño de la ruta, accedió a prestar la Maloka, como sitio de reunión, para seguir con la elaboración del diseño producto turístico. Fontur, capacitó con un diplomado a cinco representantes de la Etnia, para ello, sin embargo el cacique como representante de la zona, quiere hacer un producto como proyecto propio de la Etnia Zenú que lo vincule con Córdoba, como un todo.



Otras asociaciones como artesanías Sampués no se encuentra activa, algunos miembros trabajan ocasionalmente, varias de las máquinas que tenían las regalaron y ahora subcontratan para la producción y comercialización, en algunos casos, dentro del municipio se hace la compra de la materia prima, (la trenza) se mandan a hacer los bolsos y demás productos, y los que antes eran asociados ahora son comercializadores que los distribuyen de manera directa a otras partes del país, trabajando con diseñadores de alto reconocimiento nacional.

En cuanto a la Asociación de industriales de la madera de Sampués, la encuesta directa se hicieron a dos de los pocos artesanos que hacen la mecedora tradicional cultural María Palito, según su propia información solo tres aún las hacen, aunque están supeditadas a los encargos específicos, que usualmente son más de otras regiones de la misma costa atlántica. La tradicional mecedora, es conocida por algunos como la caracola.

La asociación de microempresarios y talabarteros de sucre, hacen parte de la actividad artesanal cultural de las abarcas “tres puntá”, de representatividad Caribe colombiano de alto uso en el carnaval de Barranquilla, la mencionada abarca está asociada a la identidad cultural de la sabanas de Sucre.

Es importante considerar que como algunas asociaciones han tenido certificación de calidad y otros reconocimientos, esto debe ser retomado y puesto en valor para la población, apoyando los procesos de comercialización y al sector en general.

6. CAPÍTULO VI. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ASOCIATIVO ARTESANAL, OBJETO DE INVESTIGACIÓN, UBICADO EN COVEÑAS

Para continuar con el último municipio donde se localizan las asociaciones artesanales, que formarán parte de la ruta a continuación se destacan en primer lugar los aspectos más importantes de la ciudad objeto de estudio, en cuanto a su fundación, economía, ubicación, temperatura y vías de acceso. Luego se describen los resultados de las variables de caracterización analizadas.

6.1 Coveñas

Las características generales del municipio, se describen con su fundación, ubicación geográfica, economía, temperatura, extensión total y vías de acceso (Tabla 20).

Tabla 20. Información general de Coveñas, Sucre

COVEÑAS NIT: 823003543 – 7. Código Dane: 70221 Gentilicio: Coveñeros	
Principales datos históricos	Puerto marítimo en el Golfo de Morrosquillo, mar caribe colombiano, por su estratégica posición geográfica, plenitud de recursos naturales y extraordinaria belleza marina, ha sido lugar de interés desde la conquista y la colonia españolas. Fue asiento de la hacienda de esclavos Santa Bárbara de Cobeña por los años 1500; paraje inexplorado durante su posesión por el escribano Francisco López Nieto, el capitán Manuel de Mérida y Puello y la familia Sotomayor entre 1600 y 1700; tierra de los negocios de cocos y ganados de Don Julián Patrón Airiarte desde fines del siglo XIX; sitio escogido para la instalación de la primera empresa frigorífica que se fundó en Colombia para la exportación de carnes en los albores del siglo XX; puerto de exportación petrolera desde 1939, sede de una Base Naval de la Armada colombiana desde 1974 y municipio del Departamento de Sucre desde el 2002
Ubicación Geográfica	Situado en el Golfo de Morrosquillo, y a solo 30 minutos de Sincelejo, la Capital del Departamento de Sucre, es uno de los municipios con más atractivos turísticos en la Costa Atlántica Colombiana, gracias al contraste que ofrecen sus playas para descansar y disfrutar de sus paisajes.



	Límites con el Municipio de San Antero- Departamento de Córdoba. Límites con el Municipio de San Antonio de Palmito. Límites con el Municipio de Santiago de Tolú.
Economía	La principal actividad económica de la región es el Turismo, siguiendo en menor escala La Pesca y Las actividades Agropecuarias, para las cuales se vienen adelantando planes y estrategias para su fomento.
Temperatura	Temperatura media: 30° C
Extensión Total	7414 Km2
Vías de acceso	Aéreas: Puede llegar a los aeropuertos Los Garzones de Montería, recorrido hasta Coveñas en aproximadamente una hora y treinta minutos– llegan las más importantes aerolíneas del país. Por el aeropuerto Las Brujas de Corozal –a una hora–, y por el aeropuerto de Tolú –a veinte minutos– en pequeños aviones chárter. Del tipo Twin-Otter. Terrestres: Las principales Empresas de Transporte Terrestre en Colombia, tienen arribo hasta Sincelejo, Capital del Departamento de Sucre, desde allí puede escoger el transporte intermunicipal en micro busetas hasta el Municipio de Coveñas. Por tierra, para llegar a Coveñas desde el interior del País se tarda 10 horas de viaje desde Medellín, 3 horas desde Cartagena, 2 desde Montería, 45 minutos desde Sincelejo y media hora desde Lórica. Fluviales: MAR.

Fuente. (Sitio Web de Coveñas en Sucre, 2014)



6.2 Condiciones sociodemográficas y socioeconómicas de las asociaciones indagadas en Coveñas

Esta región, en la muestra asociativa y de comunidad al igual que en los otros municipios estudiados, tiene en su composición mujeres cabeza de familia, desplazados, comerciantes y la comunidad indígena (43%) de los corregimientos aledaños al municipio, particularmente la del “Mamey”, con quien se trabajó permanentemente. El 50% ha alcanzado la escolaridad de la media, las edades están porcentualmente distribuidas entre los 21-40, seguidos entre 51 -69; 60-71 y en menor proporción los de 41-50. El estado civil que registra el más alto porcentaje 35,7% es no casado y con pareja por más de 2 años, seguidamente casados y solteros con un porcentaje igual de 28.6% y 7,1% separados.

El 79% de sus ingresos son por su actividad artesanal y dados los ingresos de valores menores a \$689.000 se ayudan con la agricultura, oficios varios, trabajos en tiendas y comercialización de otros productos. La frecuencia del ingreso en mayor porcentaje es el diario y le siguen las temporadas vacacionales.

El 50% habita en viviendas en arriendo y subarriendo, hay ocupación de hecho en menor grado y el 35% tiene viviendas propias. Los servicios de gas y alcantarillado, son los de menor cobertura con un 64% y un 50%, deben utilizar agua de carro tanque (Tabla 21 y 22).

Tabla 21. Condiciones sociodemografica en Coveñas

SOCIODEMOGRÁFICAS										
Edad promedio-sexo-estado civil: soltero, separado, viudo, casado, no casado pareja menos de 2 años, no casado pero pareja mas de 2 años	Edad promedio				Sexo		Estado Civil			
	21-40	41-50	51-59	60-71	Masculino	Femenino	Soltero	Separado	Casado	NCP>2
	35,7%	14,3%	28,6%	21,4%	42,9%	57,1%	28,6%	7,1%	28,6%	35,7%
Grupo étnico/ Población vulnerable	Las poblaciones encuestadas son indígenas el 42,9%, madres cabeza de familia 7,1%, desplazados el 14,3% y habitantes comerciantes locales o de otros municipios y departamentos el 43%. El 57,1% de la población vive en la zona urbana de Coveñas y el 42,9% en la zona rural (especialmente en el corregimiento El Mamey- Cabildo Indígena)									
Nivel de escolaridad alcanzado: básica primaria completa, básica secundaria de sexto a noveno, media de décimo a once, técnico	Capacitación	Bpc 1-5			Bs6-9	Media 10-11	Técnico	Universitario		
		14,3%			7,1%	50,0%	21,5%	7,1%		
Número de Integrantes de la familia	Integrantes									
	1	2	3	4	5	7				
	28,6%	7,1%	21,4%	21,4%	14,3%	7,1%				

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Tabla 22. Condiciones socioeconómicas en Coveñas

SOCIOECONÓMICAS								
Ingreso mensual asociados proveniente de las artesanías	Menos de \$689.000	\$689.501- 1.379.000		\$1.379.000- \$2.000.000		Donde el 78,6% proviene de la actividad artesanal y el 21,4% se dedican a otras actividades		
	57,10%	28,60%		14,30%				
Frecuencia del ingreso por la actividad	Diario	Mensual	Ocasional	por temporadas	No respondieron o no saben			
	42,90%	14,30%	14,30%	21,40%	14,30%			
De que otra fuente proviene el ingreso	Agricultura, marroquinería, oficios varios, trabajos en tiendas y comerciante							
Condiciones de servicios públicos								
Acueducto público, Agua en pila o carrotanque, Energía eléctrica, gas, recolección de basuras, alcantarillado, teléfono, internet	Acue. Público.	Agua carrotanque.	Energía	Gas	R.basura	Alcant.	Tf	Internet
	78,60%	50,00%	100,00%	64,30%	93,00%	64,00%	7,1%	0,0%

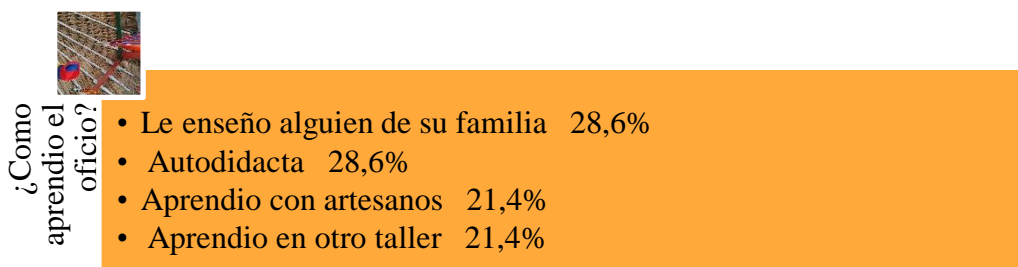
Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



6.3 Productos artesanales elaborados y particularidades de la actividad artesanal

El aprendizaje de la actividad artesanal, como en otros casos, es aprendida generacionalmente y de manera autodidacta, sin embargo se observa que está mejor distribuido el aprendizaje, en el sentido de utilizar otros talleres al actual y de aprender con otros artesanos (Figura 36).

Figura 33. Resultado encuesta Coveñas. ¿Cómo aprendió el oficio?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

En la actividad artesanal se indagó de manera especial para la puesta en valor de la comunidad indígena Zenú los cuadros con semillas. Las otras artesanías son extraídas del totumo para hacer calabazos y otros. También lo combinan con chaquiras. Los demás usos como concha, corales y caracoles no fueron tomados por razones de conservación de la naturaleza.

El 86% de los encuestados no poseen ninguna capacitación, el 7% certificado de competencia del Sena y el 7% talleres del Sena.

La calificación es otorgada por otros artesanos, los clientes y hay una maestra artesana reconocida por Artesanías de Colombia: “Rosa Josefina Redondo Martínez”, quien es oriunda de Riohacha, ejerciendo el arte desde hace más de 50 años y ha estado en todos los procesos del sector artesanal en Coveñas.



Figura 34. Resultado encuesta Coveñas. ¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad cómo?

- Maestro artesano 14,3%
- Instructor 14,3%
- Oficial 7,1%
- Aprendiz 28,6%
- No aplica 35,7%

¿En el oficio es reconocido de acuerdo a su habilidad como?

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La experiencia y la calidad, prevalecen en el momento del ejercicio de la habilidad artesanal.

Figura 35. Resultado encuesta Coveñas. ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el conocimiento por su habilidad en el oficio, proviene de?

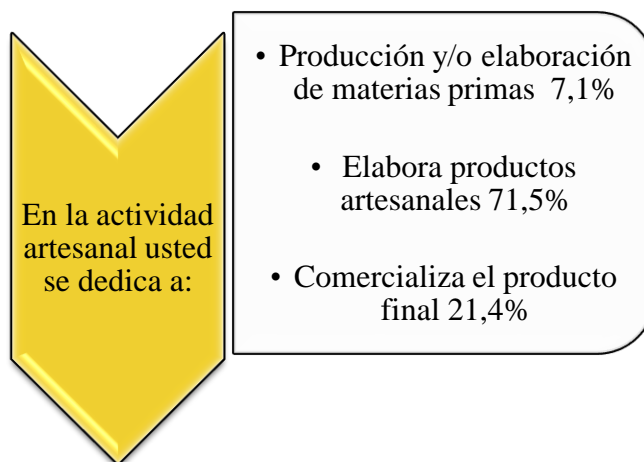


- Conocimiento y dominio del oficio 14,3%
- Años de experiencia 28,6%
- Conservación cultural 7,1%
- Enseñanza o transmisión del oficio 14,3%
- Tradición familiar 7,1%
- Calidad del trabajo que realiza 28,6 %

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Las materias primas para la elaboración del producto son de origen vegetal en su mayoría y reciclada; sus actividades artesanales son realizadas en cualquier lugar de la vivienda. El tamaño aproximado del área del 50% de los artesanos encuestados es de menos de 10m² y en menor cantidad entre 10m²- 50m².

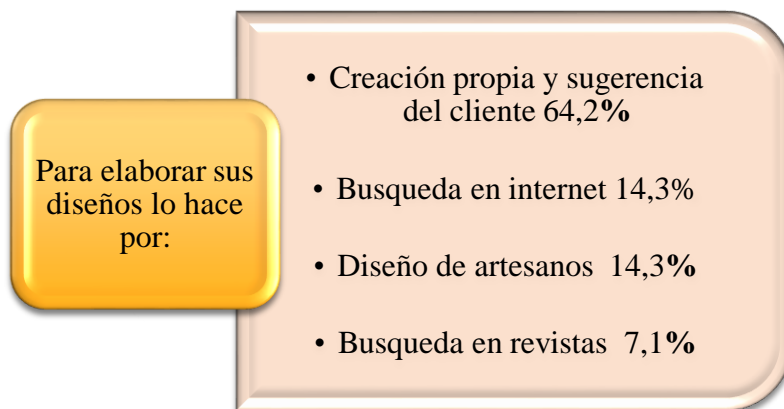
Figura 36. Resultado encuesta Coveñas. ¿En la actividad artesanal usted se dedica a?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Prevalecen la creación propia y los diseños solicitados por los clientes

Figura 37. Resultado encuesta Coveñas. ¿Para elaborar sus diseño los hace por?



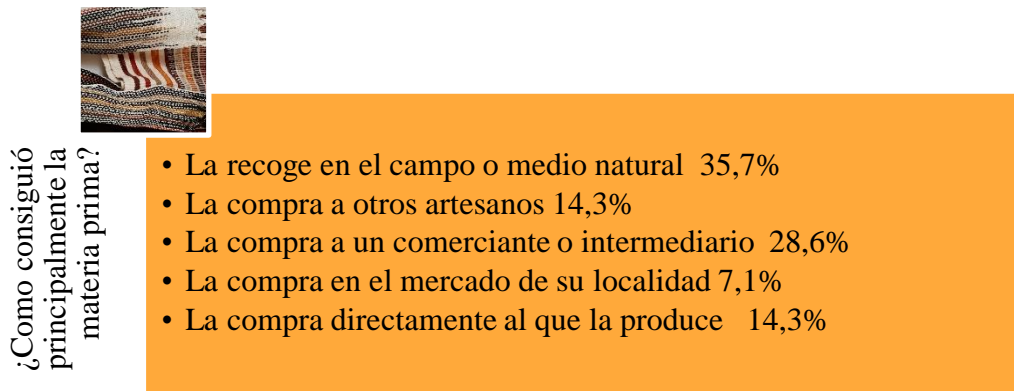
Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

La materia prima es comprada localmente y en otro municipio, para el año 2015, la adquieren mayormente al detal o en pequeña cantidades y solo un 6% es al por mayor. No tiene un tiempo preciso para la compra de la materia prima, exceptuando los artesanos que recolectan las semillas de manera permanente. Los pagos de materia prima son



de contado y el transporte es mayormente a pie, en moto y en algunos casos en los buses de transporte público.

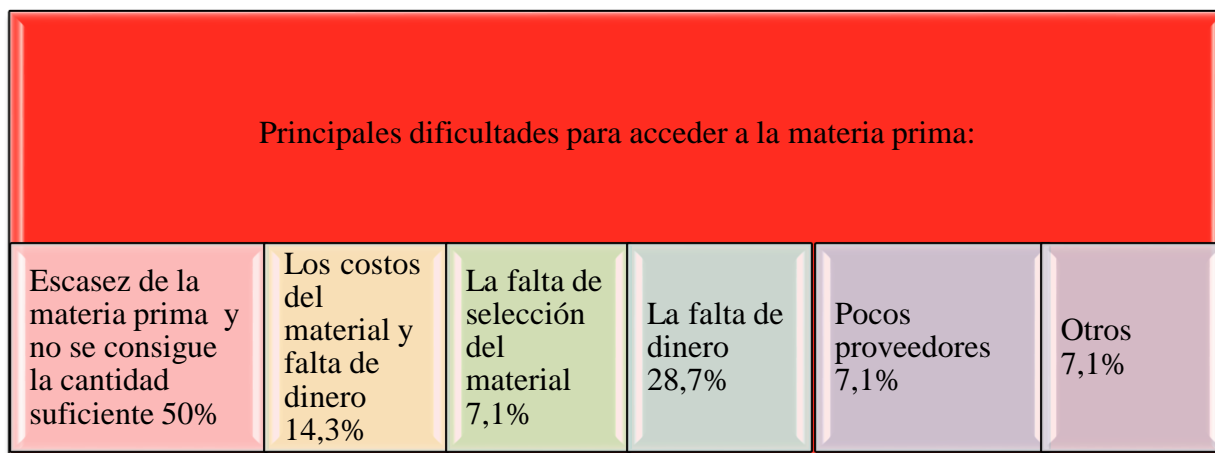
Figura 38. Resultado encuesta Coveñas. ¿Cómo consiguió principalmente la materia prima?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Para las artesanías tradicionales la mayor problemática es la escasez de la materia prima; en el caso de las semillas, con árboles de la región aún no se observa esta dificultad.

Figura 39. Resultado encuesta Coveñas. Principales dificultades para acceder a la materia prima



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



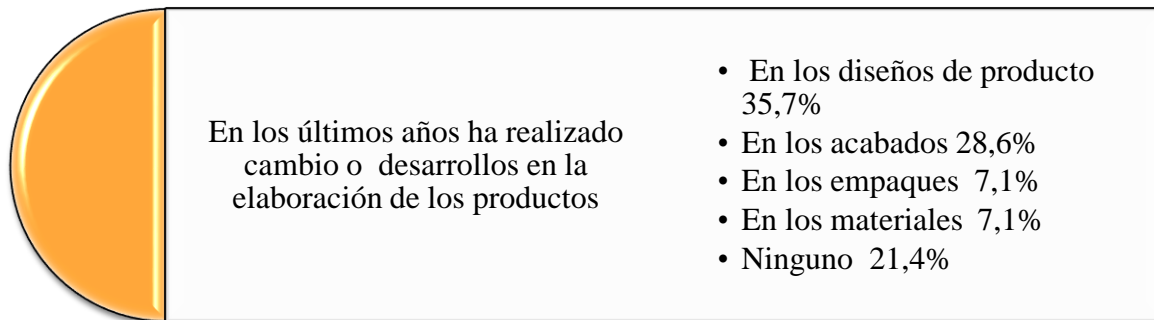
Por las condiciones en que se realiza el oficio, el porcentaje de materias primas sobrantes es menos de 5%.

Habitualmente, la venta de los productos se realiza en forma directa al consumidor final en un 93%, es el más representativo y a través de un intermediario el 7%. Sus dos principales destinos de ventas son el mercado de la localidad y otros municipios del departamento aledaños.

De los medios de promoción y difusión de sus productos ha sido un 71% voz a voz, un 7,1% por internet, en ferias especializadas 7,1% y a través de catálogos y volante el 2%. Los 3 principales aspectos para fijar los precios de sus productos son costos de materia prima, mano de obra y tipo de producto. Las principales dificultades para transportar sus productos al lugar de venta, son los altos costos y otros estiman que en materia de transporte utilizan mototaxi y no tienen mayores problemas.

Los cambios, se incorporaron para mejorar el producto, las ventas y en consecuencia los ingresos. Por otra parte, el conocimiento y creación individual del artesano, en variedad de nuevos diseños y en el proceso de elaboración de los productos en la identificación e incorporación de nuevas materias primas y en los usos del producto a través de los cuadros ornamentales. En los últimos 3 años los cambios o desarrollos incorporados mejoraron el producto elaborado para el caso de los cuadros pero aún no ha incidido en el volumen de las ventas de los productos ni en el precio pagado por el cliente y el número de clientes ya que aún no se ha dado a conocer fuera de la localidad.

Figura 40. Resultados encuesta Coveñas. ¿En los últimos años ha realizado cambio o desarrollos en la elaboración de los productos?



Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores

Para el caso de los cuadros, los cambios permitieron generar un producto completamente nuevo. Las dificultades para el desarrollo de este nuevo producto ha sido la falta de conocimiento- dinero, pues se realiza de manera autodidacta y para el otro tipo de artesanías la falta de dinero.

El 64,3% no tienen presentación comercial de los productos; el 14,3% vende por exhibición directa, el 14,3% utiliza tarjetas de presentación y el 7,1% tienen logotipo de la empresa.

Los principales problemas que enfrentan en la comercialización de sus productos son, la competencia en el mercado y el desconocimiento de los mismos. Solo una persona participó en una feria en Valledupar, presentado dificultades debido a los costos del stand para exhibición de producto, falta de publicidad y competencia por precios.

Han sido beneficiarios para el proyecto de fortalecimiento económico y seguridad alimentaria en el 2015, financiado por Ecopetrol. Algunos encuestados, manifestaron que la entidad Incubar apoyó en otras oportunidades al sector artesanal. El 50% de los artesanos encuestados tiene conocimiento de la existencia de crédito o prestamos especiales pero no lo han solicitado. Por otro lado, no han recibido apoyo financiero para el desarrollo de su actividad artesanal.



6.4 Condiciones ambientales, normatividad con relación al oficio y cuidado personal

En el municipio, trabajan coco, (nácar enchapado en coco, joyeros, baúles, pero éste no es amigable con el medio ambiente), por tal razón se dio prelación al trabajo en semillas. Las capacitaciones de cabildos, se enmarcan solo en un proyecto para fortalecimiento de la economía y seguridad alimentaria, con la presencia de Ecopetrol. No existe presencia de entidades para brindar mayor capacitación de tipo ambiental, sin embargo recibieron sobre conservación de la fauna marina y se observan algunos elementos de cuidado personal en el trabajo (Tabla 23):

Tabla 23. Aspectos ambientales en Coveñas

Aspectos ambientales- Coveñas	
Dificultades en adquisición de los materiales de origen natural /cuidados de salud e higiene	Dificultades
	Escasez de material
	Ninguno
	57,0%
	43,0%
Entidad ofreciendo capacitación	No existe presencia de entidades que hayan ofrecido capacitación sobre ningún aspecto del manejo ambiental
Para el proceso de transformación de la materias primas y elaboración de las artesanías, tienen en cuenta:	La Asociación Corartes utiliza guantes, tapabocas, mascarillas, algunos delantales y eventualmente revisan el estado de los utensilios
Tiene conocimiento sobre el manejo ambiental de algunos de los materiales naturales que utiliza	Capacitación sobre conservación de la fauna marina, por la prohibición de atrapar animales para realizar artesanías.
Cuidados de salud e higiene	Han recibido capacitación sobre cuidados de salud e higiene, sobre manejo de residuo o desechos, salud e higiene y restricción en el uso de algunos materiales naturales.
Sostenibilidad de la producción	No han recibido capacitación, sobre la introducción de prácticas nuevas y sostenibles de producción

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



6.5 Condiciones de asociatividad y sus características

La asociación de Coveñas, lleva años de estar conformada, sin embargo presenta problemas de cohesión; la “maestra artesana”, es quien trata de impulsar su funcionamiento. Se destaca la participación del Señor: Wilson Correa, quien está trabajando en el turismo, con productos de creación propia la ruta “Caimán alegre”, realiza ingentes participaciones en todo lo relacionado con la actividad turística a través de su página web. La comunidad asociativa como tal, solo participó en un proyecto de seguridad alimentaria y el cabildo indígena “El Mamey” conjuntamente con el de “Gallinazo” para el rescate de la medicina tradicional indígena auspiciado por la casa de la cultura del municipio (Tabla 24).

Tabla 24. Características del tipo de organización en Coveñas

Características del tipo de organización				
Tiempo de vinculación/papel en la asociación	Tiempo de afiliado como miembro		Papel desempeñado en la organización	
	Cabildo Indígena	Más de 5 años	Representante legal	Miembro asociado
	43%	57,0%	7,0%	93,0%
Entidad tiene estatutos				57,0%
Beneficios recibidos por la organización	Le ofrece servicios educativos	Asistencia para el mejoramiento de los procesos de producción	Ejecución de proyectos con organizaciones	No ofrece servicios especiales
	7%	7%	7%	79%
Beneficiario de algún proyecto artesanal público o privado	En los últimos 3 años la asociación participó en el proyecto de Fortalecimiento Económico y Seguridad Alimentario.			
En los últimos tres años han recibido apoyo estatal o privado y de quien	Ninguno			
Entidades públicas o privadas que apoyan el sector	Ninguno			

Fuente. Estudio Ruta Artesanal- Autores



Otras situaciones encontradas en las asociaciones de todos los municipios investigados.

En las visitas de campo, se hizo evidente el desconocimiento de los artesanos acerca de la reglamentación legal vigente, según la ley 1429/2010; cuando las asociaciones se dan por terminadas, requieren un acta de disolución, un acta de liquidación y una cancelación de matrícula, todos con un costo específico. Los artesanos, por falta de ingresos, no pagan el valor de la actualización anual y estiman que es más viable abrir una nueva asociación y dejan la otra vigente aunque no funcione desconociendo que siguen incurriendo en gastos.

Los miembros del Cabildo del Mamey, están en proceso de llevar a registrar la Asociación. Caracterizadas las asociaciones es procedente, realizar la valoración de inventarios artesanales.

7. CAPÍTULO VII. DISEÑO DE LA RUTA ARTESANAL

7.1 Estructuración de la ruta

Para efectos de proceder con el diseño, en primera instancia se establecieron los sitios potenciales para el diseño de la ruta, aunados al inventario de atractivos artesanales y el mercado proveedor del sector. Para la parte artesanal, con base en la investigación descrita en el capítulo anterior, participarían en la ruta los artesanos agremiados de las diez (10) asociaciones, ciento un asociados (101), dos (2) pre-cooperativa y (19) personas adicionales, que hacen parte de una fundación y la comunidad indígena “Cabildo El Mamey”.

7.1.1. Identificación y descripción de los sitios promisorios para la ruta (inventario de atractivos)

Se enuncian a continuación, en primer lugar el inventario artesanal (ver tabla 17), en segunda instancia el de la región sabanera (ver tabla 18), con los criterios de calificación de talleres realizados con los actores turísticos para el producto cultura sabanera avalado por la Gobernación. Los atractivos de la ruta se validaron con talleres de acuerdo a la metodología de Pareto para la priorización de los mismos y los criterios del Ministerio para cada uno de los municipios involucrados en la ruta (Tabla 25).

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

Tabla 25. Inventario turístico del departamento de Sucre de los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas

INVENTARIO TURÍSTICO DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE												
CUADRO DE RESUMEN												
ACTUALIZACIÓN ARTESANÍAS 2016												
ARTESANÍAS												
Nombre	Código	Colectiva	Tradicional	Anónima	Espontánea	Popular	Calif. Parcial	Local	Regional	Nacional	Internacional	Calif Total
Artesanías Tejeduría en caña flecha : sombrero, "sombrero vueltaio"	1.6.10.	14	14	10	14	14	66				30	96
Artesanías Tejeduría en caña flecha : "bolsos, billeteras"	1.6.10	14	14	10	14	12	64			18		82
Técnica Tejeduría en Telar; Hamacas, Bolsos, Caminos de Mesa	1.6.10.	14	14	10	14	14	66			18		84
Artesanía tradicional popular: Técnica Artesanal en Totumo	1.6.10	8	14	10	14	14	60			18		78
Artesanías tradicional popular: Técnica Artesanal de Muebles en	1.6.10	14	14	10	14	10	62			18		80

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

Madera "mecedora "												
Artesanía tradicional popular, en curtiembre , tenería : "Abarcas"	1.6.10	14	14	10	14	10	62			18		80
Artesanía indígena : Técnica artesanal "cuadros en semilla"	1.6.10	10	14	10	14	14	62	6				68
GRUPOS ESPECIALES												
Nombre	Código	Respeto por las costumbres					Calif. Parcial	Loc	Reg	Nal	Int	Calif Total
Indígenas Zenú	1.8.1	70					70				30	100
Comunidad negra	1.8.2	40					40				30	70

Fuente: trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Tabla 26. Pareto de priorización del proyecto “Diseño del producto turístico Cultura Sabanera Para el Departamento de Sucre”.

PARETO DE PRIORIZACION																	
PRODUCTO TURISTICO: CULTURA SABANERA - EJE SINCELEJO																	
CIUDAD	No.	ATRATIVOS IDENTIFICADOS	VARIABLE 1: NIVEL DE DESARROLLO DEL ATRACTIVO						Total Variable de impacto 1	VARIABLE 2: VENTAJA COMPETITIVA DEL ATRACTIVO						TOTAL CALIF.	NIVEL DE PRIORIZACION DEL ATRACTIVO
			G1	G2	G3	G4	G5	G1		G2	G3	G4	G5	Total Variable de impacto			
SINCELEJO	1	MUSEO ZENU	1	1	1	1	1	5	1	3	1	3	1	9	14		
	2	TEATRO MUNICIPAL	1	1	3	5	3	13	1	1	1	1	1	5	18	10	
	3	EVENTOS CULTURALES-temporales	3	3	5	1	1	13	1	3	5	3	3	15	28	5	
	4	POZO Y PLAZA DE MAJAGUAL	5	3	5	3	5	21	3	3	3	3	5	17	38	3	
	5	MUSEO UNIVERSITARIO FINZENU	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	10		
	6	PARQUE SANTANDER	3	3	3	3	3	15	1	3	3	3	1	11	26	6	
	7	CENTRO DE BIENESTAR	1	1	1	1	3	7	1	3	1	1	3	9	16		
	8	LA PLAZA MOCHILA	1	3	1	1	1	7	1	1	3	1	1	7	14		
	9	MIRADOR DE LA SIERRA FLOR	1	1	3	1	1	7	3	1	3	3	3	13	20	8	
COROZAL	10	PLAZA DE BOLIVAR-SANTANDER	5	3	3	1	3	15	5	1	3	1	1	11	26	7	
	11	TEMPLO DE SAN JOSE	3	1	1	1	3	9	3	1	1	1	3	9	18	9	
	12	CASA DE LA CULTURA	1	1	1	3	1	7	1	1	1	1	1	5	12		
	13	CERRO DE LA MACARENA	3	1	1	3	1	9	3	1	1	1	1	7	16		
SAMPUES	14	LA RUTA DE LA CAÑA FLECHA - SOMBRERO VUELTIAO	3	5	5	5	5	23	3	5	5	5	5	23	46	2	
MORROA	15	PROCESO ARTESANAL	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25	48	1	
	16	FOLCLOR	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	10		
	17	GASTRONOMIA	1	5	1	3	1	11	5	5	1	5	3	19	30	4	
		TOTAL	39	39	39	39	39	195	39	39	39	39	39	195	390		

Fuente: Nakusa red turística regional, proyecto FNT-288-2014. Consultor Jorge Gómez. Diciembre 2015

*Diseño de ruta turística artesanal, desde las
asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa,
Sampués y Coveñas*



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

Para Coveñas, se revisaron los que la Gobernación de Sucre posee del 2009, se actualizó solamente, el que fue definido para la ruta: la Ciénaga de la Caimanera.

Tabla 27. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos. Ciénaga de la Caimanera

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Ciénaga la Caimanera								
1.2. Departamento	Sucre	1.3. Municipio	Coveñas						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Sector de la Boca de la Ciénaga								
1.5. Administrador o Propietario									
1.6. Dirección/Ubicación									
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso						
			Terrestre	Acuático	X	Férreo		Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Al llegar al puente de la Boca se encuentran los miembros de la Asociación de Informadores Turísticos de la Ciénaga quienes en botes a remos, los llevan a realizar el recorrido por las diferentes rutas								
2. CARÁCTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.4.1.								
2.2. Descripción:	<p>La Ciénaga de la Caimanera es una cuenca con un área de 430 hectárea posee Mangle rojo o rizopora, mangle blanco, Mangle negro o abicenia germineice, mangle zaragoza o conocarpu erectus; la diversidad de su fauna es reconocida por los estudiantes de las universidades Nacional y la del Sinú quienes han detectado la presencia de especies como la garza morena y la blanca, el martín pescador, alcatraz, diversidad de pericos, mapaches, iguanas, tigrillos, perezosos, zorra chucha, entre otros. Humedales: caños, arroyos y ciénagas.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD				PUNTAJE					
Sin contaminación del aire (10)				10					
Sin contaminación del agua (10)				8					
Sin contaminación visual (10)				10					

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Estado de conservación (10)	8
Sin contaminación sonora (10)	10
Diversidad (10)	9
Singularidad (10)	6
Subtotal	61
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	73



Fuente: Capitanía de Puertos - Invemar- Carsucre. En la boca de la ciénaga la recuperación de playas erosionadas ha sido mínima.

Diligenciado por:	Andrea Baquero Tobías- Martha Elena González Vergara.	Fecha:	06/15/2016
-------------------	---	--------	------------

Fuente. Inventario Turístico Gobernación, actualización trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.



Otros actores del sector turístico, que existen en la región agencias de viajes, tour operadores, empresas de transporte y algunos restaurantes localizados en la zona así:

Los Hoteles interesados en participar son 17 de los agremiados a Cotelco y cinco que aún no lo están, ubicados en la zona centro y en la principal avenida de la ciudad que confluye en el sector de la zona rosa para el caso de Sincelejo y en la zona de playas , para el caso de Coveñas (Tabla 28).

Tabla 28.Hoteles interesados en participar en la ruta artesanal.

Nombre del hotel	Ubicación	Precio promedio habitación Estándar	Precio promedio habitación superior	Precio suite junior	Número de habitaciones	Capacidad del hotel en alojamiento (n° de camas)	Servicios complementarios
HOTEL SANTANA	Calle 32a #34-541 Sincelejo	\$50.000	-----	-----	14	35	Lavandería
HOTEL CASA BLANCA	Calle 22 NO. 18-53 Sincelejo	\$60.000	-----	-----	30	35	Pago con tarjeta de crédito
HOTEL GINEBRA	Calle 20 # 24-31 Sincelejo	\$94.000	-----	-----	45	90	Parqueadero- pago con tarjeta de crédito- lavandería
HOTEL TROPICAL	Cr 25 # 31-13 Corozal	\$60.000	-----	-----	34	80	Parqueaderos- restaurante-piscina- pago con tarjeta de crédito- lavandería

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

HOTEL DEL PARQUE	Cra. 25 #28-25 Corozal	\$78.900	\$ 125.600	\$ 139.200	19	25	Parqueaderos- restaurante-piscina- pago con tarjeta de crédito- peluquería
HOTEL PORTO ALEGRE	Primera Ensenada - Sector Puntepiedra, Coveñas	\$180.000	-----	-----	35	61	Parqueaderos- restaurante-piscina- pago con tarjeta de crédito- bar- lavandería
HOTEL SOLEIRA	Cra. 11 #16B-12, Santiago de Tolú	\$160.111	\$ 272.759	-----	27	104	Parqueaderos- gimnasio- restaurante-piscina- pago con tarjeta de crédito- bar- lavandería
HOSTAL VILLA DEL MAR	Calle 5 No. 5-20 Sector La Coquerita, A la Vuelta del Centro de Salud, Coveñas	\$70.000 Cabaña \$1.000.000	-----	-----	50 y 9 apts	70	Parqueadero- restaurante- juegos de campo-piscina- bar
HOTEL LA FRAGATA 3126658975	Avenida principal segunda ensenada de Coveñas	\$180.000			56	255	Parqueaderos- restaurante-piscina- pago con tarjeta de crédito- bar- lavandería- juegos de mesa
HOTEL PLAYA DIVINA	Segunda ensenada a 2	\$208.000	-----	-----	30	120	Parqueaderos- restaurante-piscina- sauna- juegos de mesa

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

3106578899 3147699142	Kilómetros de Coveñas						
CENTRO VACACIONAL CAMINO VERDE *Tarifas todo incluido	A 6 Kilómetros de Tolú, Playas El Francés, Santiago de Tolú	\$290.000	\$310.000	-----	31	180	Parqueaderos-gimnasio- restaurante- transporte público- juegos de campo Piscina- pago con tarjeta de crédito- juegos de mesa- senderos ecológicos
HOTEL VILLA MELISSA*. Son cabañas para ocupación de 5, 6 y 8 personas, tarifa promedio	Calle 5 # 17- 16 2da Ensenada de Coveñas	\$440.000	\$421.000	\$611.000	11	63	Parqueaderos- restaurante- Piscina- pago con tarjeta de crédito- bar
HOTEL LAS PALMERAS 3136614719- 2499326- 2502440	Sector Boca de la Ciénaga de la Caimanera, Coveñas	\$140.000			20	140	
HOTEL EL POBLADO 3218100556	Primera ensenada Sector punta piedra	\$140.000				308	Parqueaderos- restaurante- Jacuzzi- Piscina- pago con tarjeta de crédito- bar- peluquería- lavandería

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

HOTEL FLORIDA	Calle 25 # 18 108 Centro, Sincelejo	\$75.000	\$95.000	\$145.000	37	60	Parqueaderos- gimnasio- restaurante- pago con tarjeta de crédito- bar- lavandería
HOTEL CARIVDI	Calle 24 #13- 20, Sincelejo	\$140.000	-----	-----	27	60	Parqueaderos- restaurante- pago con tarjeta de crédito- lavandería
HOTEL PANORAMA	Cra 25 #23- 108 Sincelejo	\$175.852	\$185.136	\$200.216	47	95	Parqueaderos- gimnasio- restaurante- piscina- pago con tarjeta de crédito- bar-lavandería
HOTEL Y CENTRO DE EVENTOS MALIBU	Calle 32a #32- 04, Sincelejo	\$191.394	-----	\$227.760	50	72	Parqueaderos- gimnasio- restaurante- piscina- pago con tarjeta de crédito- bar-lavandería
HOTEL BOSTON 2804022	Calle 25B # 31-14 Sincelejo	\$212.000	\$343.999	-----	48	48	Parqueaderos- gimnasio- restaurante- piscina- pago con tarjeta de crédito- bar-lavandería
HOTEL PANAMERICANO	Calle 21 # 21- 27 Sincelejo	\$60.000		-----	30	45	Lavandería
HOTEL ARAWAK PLAZA	Calle 32 #29- 32, Sincelejo	\$169.900	\$189.900	-----	66	75	Parqueaderos- gimnasio- restaurante- jacuzzi- pago con tarjeta de crédito- lavandería

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

HOTEL ARAWAK MEXIÓN	Cra. 25 #20A-45, Sincelejo	\$100.000	-----	-----	30	60	Parqueaderos- restaurante-pago con tarjeta de crédito- lavandería
TOTAL						2.081	

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Los Restaurantes interesados en participar en la ruta

Los restaurantes poseen una oferta variada, en la zona de sabana predominan especialmente carnes y establecimientos gastronómicos tipo parador a la orilla de la carretera de comida criolla y típica como el mote de queso, viuda de carne salada, sancocho trifásico y carnero guisado, todo acompañado de suero, queso costeño y pava de ají. De igual forma, se hace mención de los amasijos, bollo, arepa con huevo, carimañolas de carne y queso. Galletería artesanal: diabolín, parpichuela, trompá, alfandoque, alfeñique, casabe, casadilla. Dulces: bolita y dulce de Leche, bocadillo de plátano y guayaba.

Para la cultura Zenú, la gastronomía que les caracteriza es la de mote de ñame con queso y pescado, mote de palmito, mote de guandú, mazamorra de maíz viche y chicha de maíz nuevo, chocho de ají, ensaladas de berenjena y calabaza, gallina guisada, bollos de maíz harinao, dulce, limpio, de coco y de plátano, pescado frito y guisado en sopa o viuda, tilapia roja y negra, revoltillo de moncholo, cabeza de gato (plátano machacado), carnero guisado.



En el municipio de Sincelejo, luego de entrevistar con administradores y dueños, los restaurantes más representativos y que mostraron alto interés en participar son quince (15) la información recolectada permitió establecer el precio promedio de platos que oscila entre \$15.000 y \$26.000 y su capacidad total para la atención de clientes desde 62 hasta 130 personas (Tabla 29).

Tabla 29. Restaurantes interesados en participar en la ruta artesanal.

Nombre del restaurante	Ubicación	Precio promedio platos	Capacidad total del restaurante en N° de personas	Servicios ofrecidos
Restaurante La Parrilla Malibú- Bar	Calle 32A # 32-04 Sincelejo	\$25.000	130	Parqueaderos- Televisión- Servicio a domicilio- Bar- Pago con tarjeta de crédito- Baterías sanitarias por sexo- Música ambiental- Salón para eventos
Restaurante la Guaquería	Calle 32A # 32-04 Sincelejo	\$26.000	65	Parqueaderos- Televisión- Servicio a domicilio- Bar- Pago con tarjeta de crédito- Baterías sanitarias por sexo- Música ambiental- Salón para eventos
Restaurante Arcanos	Calle 25B# 28-331 Sincelejo	\$22.000	128	Televisión- Servicio a domicilio- Bar- Pago con tarjeta de crédito- batería sanitaria por sexo- música ambiental
Restaurante Pombo Parrilla	Calle 32 #28-281 Sincelejo	\$17.000	104	Televisión- Servicio a domicilio- Bar- Pago con tarjeta de crédito- batería sanitaria por sexo- música ambiental- Salón para eventos
Restaurante Sancocho Sipote Mondongo	Cra 16 A #13-04 Sampués	\$25.000	100	Televisión- Servicios a domicilio- Pago con tarjeta de crédito- Batería sanitaria por sexo- Música ambiental
Pasteles y Tamales	Carretera Troncal Sampués	\$15.000	72	Servicio a domicilio- Baterías sanitarias por sexo- Música ambiental

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

Restaurante El Sabanero	Cra 13 # 23B- 7 Sampués	\$20.000	70	Parqueadero- Televisión- Servicio a domicilio- Pago con tarjeta de crédito- Baterías sanitarias por sexo- Salón para eventos
TOTAL			669	

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Para los restaurantes en Coveñas, se habilitaron los que se encuentran dentro de los hoteles debido a las tarifas negociadas para el almuerzo, tipo pasadía que resultan más favorables para los clientes y para la ruta.

Transportes

De acuerdo al instrumento utilizado, para la determinación de precios, los valores de pasajes para el transporte terrestre intermunicipal e interdepartamental que se encuentran en la zona es el siguiente:

Medellín - Sincelejo: 470 kilómetros, aproximado 9 horas. Precio promedio \$80.000

Montería – Sincelejo: 120 kilómetros, aproximado 2 horas, Precio promedio \$30.000

Cartagena – Sincelejo: 180 kilómetros, aproximado 3 horas. Precio promedio \$35.000

Sincelejo-Tolú – Sincelejo: 42 kilómetros 1 hora: \$12.000

Valores por transporte de carretera que va realizando paradas (Torcoroma)

Tolú- Coveñas: \$4.000

Sincelejo- Coveñas \$ 9.000

Barranquilla – Sincelejo: 240 kilómetros, aproximado 5 horas, Precio promedio \$45.000

Sincelejo- Bucaramanga: \$90.000

Valledupar: \$75.000

Sincelejo- Santa Marta; \$70.000

Prestan servicio las empresas: Brasilia, Torcoroma, Rápido Ochoa, Transportes Olimpya, Transporte San Nicolás. Estas empresas presentan flota de carros, servicios cumplidos y frecuencias acordes a la demanda (Tabla 30).

Tabla 30. Transportes que operan en Sucre

Nombre del Transporte	Ubicación	Teléfonos
Transportes Luz	Cl 38 25-02 Carretera Troncal, Sincelejo	2808596, 2824479
Transportes González	Cr 38 # 23-136 Terminal De Transportes Carretera Troncal, Sincelejo	2823666
Brasilia	Cl 38 25-61 Sincelejo	2821859
Torcoroma	Cl 38 25-92 Carretera Troncal Sincelejo	2822530
Transporte Rápido Ochoa	Cl 38 23-136 Carretera Sincelejo	2821577
Transporte San Nicolás	Cr 22 # 25-95 La María, Sucre, Sincelejo	2820397
Transportes Olimpya	Cr25 25 A-639 Av Okala, Sincelejo, Sucre	2814969
Sotracor S.A	Tv. 54 # 54, Cartagena, Bolívar	3114273787
Unitransco S.A	Cl. 38 # 25-03 Carretera Troncal, Sincelejo	2820785

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

En Sucre, se utiliza el Servicio de taxis intermunicipal y municipal, las cooperativas de buses y busetas y servicios de transporte “Van” puerta a puerta.

En Coveñas se encuentran la presencia de algunas transportadoras de las descritos anteriormente y unas cooperativas del municipio en mal estado. Según la información de la Secretaría de cultura y turismo, ellos contratan a las de mejor estado, que se encuentran en Sincelejo.

La carrera de taxi local mínima en Coveñas tiene un costo de \$10.000

Un transporte de vehículo expreso de Coveñas al Mamey \$40.000

Con respecto al transporte terrestre urbano, el servicio de desplazamiento dentro de la ciudad de Sincelejo y los municipios para el turista, se presta mediante empresas de taxis públicos, con un valor promedio de la carrera mínima de \$5.000 y valor adicional, que es acordado con el transportista si sale del perímetro urbano.

No se identificaron empresas de transporte exclusivo de turistas. Se cuenta con operadores de transportes adscritos a agencias de viajes. La tarifa depende de la ruta, acordada, horas, o días de servicio. Son carros con aire acondicionado, último modelo, “Van” de servicio para 5, 7, 9, 11 y 15 personas, busetas para 18 pasajeros afiliadas a cooperativas y habilitadas con aire acondicionado, actas para el servicio turístico..

Agencias de viajes – operadores

Según las entrevistas y visitas para la ruta artesanal, las agencias y operadores de la ciudad de Sincelejo, se identificaron dos tipos de perfiles empresariales: agencias de turismo emisor y receptor en Sucre.

En turismo receptor, que es el que más interesa para esta ruta se evidencia la demanda y un grado de posicionamiento para sol y playa en el Golfo de Morrosquillo. La presente ruta artesanal ha sido promovida durante el tiempo de la investigación con talleres y visitas periódicas a las agencias locales y operadoras a los interesados en participar. Las empresas encargadas de la promoción y venta del destino, son de carácter local, no hacen parte de cadenas nacionales o internacionales, pero si mantienen convenio con aerolíneas. Son cinco las que operan con mayor regularidad y tramitan la afluencia de turistas para emisivos y receptivos (Tabla 31).

Tabla 31. Agencias de viajes en Sucre

Nombre de la agencia y operadores	Ubicación	Teléfonos
Turismo del Morrosquillo	Carrera 18, Sincelejo, Sucre	3215289571
Sabana Tour	Carrera 21 No.18-39 , La Ford	3004694084
Agencia De Viajes Y Turismo Mar Caribe Ltda	Calle 20 # 19-27 P- 2 L- 48 Centro, Sucre, Sincelejo	2811485
Envío Tour	Calle 20 # 19-27 P- 2 L-e-14 Gran Centro El Parque, Sucre, Sincelejo	280 9566 300 5355590 - 301 2914296
Caribe Macondo Tours	Calle 24 H # 8 - 42 Barrio La Palma	3003984035
Tu Caribe Operador Turístico	Carrera 37A # 8 - 43 Of. 802 Sincelejo, Sucre	281 0592, 275 0236 3008245133

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Las aseguradoras encontradas son: Panamericana, Assist Card, Colasistencia y Cori.

Como dentro de la ruta se tienen aspectos culturales, se detallan los nombres de algunas personas representativas del talento humano, que corresponden a un inventario del talento humano artístico en las modalidades de folcloristas, literatos, cantantes, representantes de la tradición oral entre otros, quienes se encuentran en los municipios objeto de estudio (Tabla 29).

Por otra parte, en Coveñas es necesario rescatar las costumbres y tradiciones, en ese sentido la directora de cultura “Dalji Puche Vargas”, afirma que están trabajando en la recuperación del centro de memorias, rescatando la música de acordeón, teatro, pitos y tambores, banda de viento, pintura y artes plásticas, está en curso una investigación de una universidad de la región en búsqueda de un legado cultural. La cultura Zenú del mamey ha participado con el herbarario de plantas medicinales, pero es el capitán del cabildo de Bellavista, quien es considerado médico tradicional indígena

Tabla 32. Inventario de algunos representantes del talento humano artístico

INVENTARIO DE ALGUNOS REPRESENTANTES DEL TALENTO HUMANO ARTÍSTICO		
ACTIVIDAD	SINCELEJO-SAMPUÉS-MORROA	CABILDO EL MAMEY
FOLCLORISTA	Vladimir Rico- Milena Vasquez-Miguel Luna- Fundación Hijos de la Sierra Flor- Joaquín B	Miguel Urango
MÚSICO	Olimpo Beltrán-Calixto Ochoa	
CANTANTE	Pedro Pérez- Honorio Camargo- Martín Mercado- Corraleros de Majaqual	Yamid Mercado Liconá
LITERATO	Narcés Montes- Rolando Ochoa	
POETA	Elí Rojas- Alberto Martínez- Cristo García- Jorge Marell	Yadis Nuza (el poeta Zenú)
ESCRITOR	Jose Cury-Luis Díaz- Edgardo Támara- Pablo Domínguez-Alma Teherán- Oscar Florez	Yadis Nuza
PINTOR	Walby Osorio-Wilfrido Ortega- Aldo Holman- Julio Verbel	Ermes Díaz Morales
ESCULTOR	Plinio Lambraño-Ariel Tabares-Tico de la Espriella	Yadis Nuza-Ermes Morales
ARTE PLÁSTICO	William Méndez-José Serpa- Guillermo Celis-Carlos Cardales-Diana Urzola	
DEPORTISTA	Yulieth Narvaez-Carlos Cardales- Diana Urzola	Diana María (patinaje)
HISTORIADOR	Frank Acuña-José Corrales-Inis Amador-Anibal Paternina	Yanse Pestana
TRADICIÓN ORAL	Leandro Tarrás-Tío Peyo	Eugenio Madrid- Felipe Madrid
CUENTERO	Bienvenido Amaya-Reinaldo Ruiz	José Antonio Liconá- Erlinda Liconá
OTRO	Jose Lombana(actor)- Héctor José Urzola (torero)	Compositor: Baldomiro Orozco Romero. Decimero: "el pollo cria mano". Nacira Monterroza

Fuente: Nakusa red turística regional, proyecto FNT-288-2014. Consultor Jorge Gómez. Diciembre 2015

7.1.2 Descripción general del servicio turístico

Propuesta para el tramo turístico en Sincelejo de la ruta turística artesanal en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas

Se estableció el paquete turísticos, determinando el mismo número de días para recorrer la ruta iniciando desde Sincelejo hasta Coveñas, este sentido de recorrido será para los turistas que llegan a la capital de Sucre por negocios mientras que para la demanda motivada por sol y playa, el recorrido será inverso, las acciones programadas serán mañana y tarde para lo cual se tomaron en cuenta el perfil, actividades complementarias, gustos y preferencias del segmento de mercado (nacional e internacional) desglosado en dos días.

El itinerario del paquete turístico de la ruta turística, constituye la programación de las actividades y visitas a los atractivos con los tiempos correspondientes. Se planifican con anterioridad y para su concreción influye el grado de satisfacción del turista. A continuación se detallan cada uno de los paquetes con sus respectivos itinerarios, actividades, la descripción de la ruta comprende la promesa de valor, duración general, el idioma y algunos elementos importantes que debe tener presente el turista (Tabla 33).

Tabla 33. Paquete “Ruta HURU Artesanal”

<i>“Con semillas, tejiendo, trenzando, ancestralidad cultural, mar, alegría, comunidad”</i>		
<i>*Promesa de valor comercial: acompañanos en esta travesía, donde artesanos con semillas, trenzas y telares en medio de sabanas y un hermoso mar contribuyen con la paz.</i>		
<i>*Construcción colectiva</i>		
Recorrido: Sincelejo- Morroa-Coveñas Sampués-	Idioma de guianza: Español	Tipo turismo: cultural, comunitario
Duración: 2 días	Servicios básicos: Cuenta con luz, agua, alcantarillado, teléfono y servicios higiénicos	
Tiempo de recorrido: 8 horas.	Distancia:	Dificultad: Moderado

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Altitud promedio: desde 3 metros a nivel del mar		
Duración: 2 días – 3 noches		
Carácter: 2 días, para ser comercializado por 1, 2 y según el lugar de alojamiento		
Centro de operaciones: Sincelejo o Coveñas		
Prohibiciones: Armas blancas y de fuego.		
Normas de comportamiento: <ul style="list-style-type: none">• No arrojar basura, ni destruir la infraestructura o materiales de la zona.• No recolectar especies vegetales o animales.• Tomar atención a las instrucciones del guía en las prácticas adicionales sugeridas		
Accesibilidad: el acceso a la ruta es apropiado en todos los tramos del recorrido, con una excepción en un pequeño tramo del trayecto Coveñas- El Mamey, en que la carretera tiene baches.		
Requerimientos para la visita: <ul style="list-style-type: none">• Documentación personal para el registro.• Protector solar, gafas, gorra o sombrero, cámara fotográfica, ropa de baño, repelente, zapatos aptos para caminar.		

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



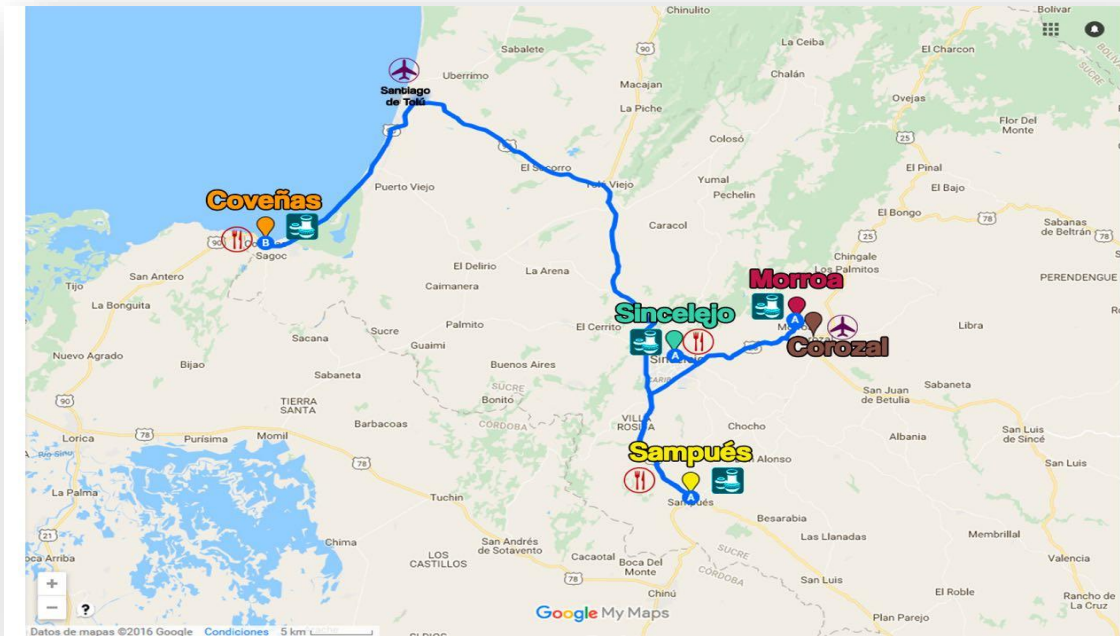
Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

El croquis de la ruta turística artesanal en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas, permite visualizar el recorrido.



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

7.2 Paquete turístico recorrido – Estructura técnica, operativa y de costos

El detalle de la construcción de la ruta, de manera más explícita, permite una descripción de la ruta en días etapas, tiempo y estructura de costos, discriminados para los días 1 y 2, que comprende la ruta (Tabla 34 y 35).

Tabla 34. Diseño de ruta artesanal Huru

DISEÑO DE RUTA				Producto valor valido hasta diciembre 2017
RUTA ARTESANAL- SINCELEJO-MORROA-SAMPUÉS-COVEÑAS				
CIUDAD	Sincelejo	FECHA	05/08/2016	
NOMBRE DEL PRODUCTO TURISTICO		* <i>RUTA HURU ARTESANAL</i> * <i>Ver explicación del nombre en el libreto de la ruta</i>		
DURACIÓN DEL PAQUETE		Dos días una noche		
SERVICIOS TURÍSTICOS INCLUIDOS		Transporte ___x___ Alimentación ___x___ Alojamiento ___x___		

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

	Otros _____x_____
DESCRIPCION DEL PRODUCTO TURISTICO	<p>La ruta permite un recorrido artesanal en interacción con los turistas mediante tejidos en telares de hamacas, bolsos, caminos de mesa; en caña flecha para el sombrero vueltiao, bolsos, carteras, donde priman las hermosas sabanas sucreñas y los cuadros en semillas que son adquiridas en las zonas de vivencias de la cultura Zenú, en el Golfo de Morrosquillo. Todo enmarcado en la rica gastronomía de platos típicos y amasijos, la riqueza cultural de su folclor, el disfrute del mar de Coveñas, en medio de la alegría de las comunidades asociativas, las entidades públicas y empresarios vinculados al turismo.</p>
PROMESA DE VALOR	<p>Acompañanos en esta travesía, donde artesanos de Morroa, Sampués, Sincelejo y Coveñas con semillas, trenzas y telares en medio de sabanas y un hermoso mar contribuyen con la paz al permitir ir por un camino, en este caso el de los artesanos, a quienes también se les denomina “mensajeros del arte”; podrás conocer su cultura e interactuar con los procesos de elaboración de sus productos artesanales, costumbres ancestrales desde su hogar (huru en lengua Zenú) deleitarse con la gastronomía y finalizar en el mágico atardecer de las playas de Coveñas, visualizarás la majestuosa reserva natural de la Ciénaga de la caimanera, donde convergen manglares rojos, negros, blancos y zaragosa.</p>

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

DIA	1		
ETAPAS	RECORRIDO Y PUNTO DE REFERENCIA	TIEMPO EN MINUTOS	HORARIO
	Recogida en hoteles del sector avenida Los Mariscales	30	7:00am- 7:30am
	Desayuno Típico	30	7:30 am- 8:00am
	Concentración y salida hacia Morroa	20	8:00 am
Momento 1	Recorrido histórico en el Municipio de Morroa. Estaciones: Momumento Pablo Dominguez, la devanadora, Parque San Francisco, Iglesia San Blas y casa de la cultura	30	8:20am -8:50am
Momento 2	Visita casa de una artesana representativa	20	8:50am- 9:10am
Momento 3	Observación e interacción del proceso de tejido e hamacas, mochilas, caminos de mesa	75	9:10am-10:00am
Momento 4	COMPRAS (artesanías/amasijo)	30	10:00am-10:30
REFRIGERIO	Típico: Morroa	30	10:30-11:00
Momento 5	Presentación de piteros, explicación de los instrumentos, tradición musical	30	11:00-11:30

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

Momento 6	Viaje a Sampués	30	11:30-12:00
Momento 7	Recorrido panorámico en Sampués desde el monumento sombrero vuelitao, centro en la iglesia	30	12:00-12:30
ALMUERZO	Típico: Sampués- Presentación cultural cumbia sampuesana (helado sampuesano opcional)	60	12:30-1:30
Momento 8	Recorrido visita para interacción artesanal en la MALOKA de Sampués, cultura zenú en caña flecha, otras variedades de la tejeduría en telar y las abarcas "tres puntá"	75	1:30 -2:45
Momento 9	COMPRAS (artesanías/amasijos)	30	2:45-3:15
Momento 10	Salida hacia Sincelejo	30	3:15-3:35
REFRIGERIO	Típico de Sincelejo (restaurante en la via)	30	3:35-4:05
Momento 11	Visita al museo Zenú e interacción con Artesanas en modalidad de caña flecha con otros componentes, otras artesanías de Sincelejo y corregimientos aledaños	75	4:05-5:20
Momento 12	COMPRAS (artesanías/amasijos)	30	5:20-5:50
Momento 13	Visita al Parque Santander y visita al Parque Majagual (observación de monumentos la	30	6:00pm- 6:30pm

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

CARTAGENA DE INDIAS

Resolución MEN 1166 de 2011

	cayena (bonche) y don pipo (iguana Sincelejo)		
Momento 14	Llevada al sitio de alojamiento	30	6:00pm-6:30pm

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Tabla 35. Estructura de costos para el día No.2

DIA	2		
ETAPAS	RECORRIDO Y PUNTO DE REFERENCIA	Tiempo en minutos	HORARIO
	Recogida en hoteles del sector avenida Los Mariscales	30	6:00am- 6:30am
	Desplazamiento a la Palmira	30	6:30 am- 7:00am
	Desayuno típico en la palmira*	30	7:00am -7:30am
	Desplazamiento hacia Coveñas y desde allí al Mamey	65	7:30am-8:35am
Momento 1	Aprendizaje del proceso de la artesanía en semilla y recorrido por senderos o paseo en burro	70	8:35am-9:35 am
Momento 2	COMPRAS (artesanías/amasijos)	30	9:35am-10:05am
	Desplazamiento del Mamey a Coveñas	15	10:05am-10:20am
	REFRIGERIO	30	10:20am-10:50am

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011

Momento 3	Paseo por la cienaga de la caimanera, en Canoa o Kayaks	60	10:50am- 11:50am
	Desplazamiento desde la cienaga de la caimanera a hotel con playa y almuerzo	15	11:50am-12:05am
Momento 4	*Playa * Los que se queden en esta actividad, tienen el almuerzo incluido en el hotel previsto donde podrán observar una presentación cultural (Servicios complementarios, no incluidos, actividades nauticas y visita museo de infanteria de marina).	255	1:00pm-5:15 pm
	Concentración y salida a Sincelejo	15	5:15pm-6:30pm
	Llevada a los hoteles	30	6:30pm- 7:00pm

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

7.3 Análisis económico

Los valores estimados para la ruta, tienen sustento en previsiones realizadas según el estudio económico de costos para la operación del mismo. La base inicial se calcula para grupos y según el número que lo conforman, se establece el valor por persona.

Para ésta ruta, los valores de porciones terrestres considerados si participan cuatro (4) pasajeros en el primer día del recorrido tendría un costo de \$ 329.208 para cada uno de ellos; para siete (7) pasajeros \$188.119 y con grupos de diez (10) personas un valor de \$131.683, permitiendo confirmar (según análisis de rentabilidad) la viabilidad en el mercado, del último valor mencionado. Si se incluye el hotel, el paquete para operar la ruta con tarifas de alojamiento del menor valor por noche, en ese primer día, sería de \$215.203 por persona y con la noche en hotel de más alto valor, el precio de venta oscilaría en \$ 426.787 por persona.

Los valores calculados, para el segundo día de la ruta para porciones terrestres, bajo las mismas condiciones anteriores, se estima en \$350.900 por persona para cuatro (4) pasajeros; para siete (7) pasajeros \$200.514 por persona y con grupos de diez (10) \$140.360 para cada uno de los participantes. Si se incluye el hotel, el paquete con hotel de menor valor por noches para éste día de la ruta es de \$223.800 y el de mayor valor \$ 495.618.

Con relación al paquete todo incluido para los dos días de la ruta, los valores que permitirían la viabilidad del producto estarían determinados para grupos de dieciocho turistas (18). Esta consideración es teniendo en cuenta un precio por el día de la ruta, para un grupo de éste tamaño sería mayormente competitivo en el mercado puesto que con éste número de personas los valores podrían ser \$73.157 en el día uno (1) y \$77.978 para el día dos (2), sin hotel. Finalmente con el hospedaje de menor valor, la ruta completa costaría \$328.175 y con el hotel de mayor valor \$761.343 en la ciudad de Sincelejo y en el mismo sentido con alojamiento en Coveñas de menor valor \$327.091 y mayor valor \$910.497.

Es importante mencionar, que en esta zona de estudio el valor a pagar por alojamiento, se encuentra en las tres categorías usuales en el rango nacional, a saber:

Categoría económica: promedio un 23% del SMMV (Salario mínimo mensual vigente), esto es, \$148.100.

Categoría primera: promedio un 42% del SMMV (Salario mínimo mensual vigente) \$270.000

Categoría lujo: Más de un 63% del SMMV (Salario mínimo mensual vigente) \$406.000.

Categoría lujo: Más de un 63% del SMMV (Salario mínimo mensual vigente): que son: \$406.000.

Con una revisión general de precios en los municipios de la ruta, en cuanto al tema del transporte local terrestre, los valores para acceder a Buses intermunicipales, están dentro del rango nacional. Por otra parte, los costos de tiquetes aéreos, para efectos de incluir el precio de los mismos en un posible paquete turístico, para el operador estos son los valores promedio del mercado:

Tiquetes ida y regreso Medellín- Tolú. \$557.000 1

Tiquete aéreo entre Bogotá – Corozal – Bogotá, (\$529.000) una de las rutas para llegar.

Esto expresa que es un tiquete costoso comparado con destinos similares, enmarcados en cultura, naturaleza, historia y tradición, como:

Bogotá – Armenia – Bogotá: \$ 420.000

Bogotá – Bucaramanga – Bogotá: \$380.000

Bogotá – Cali – Bogotá: \$ 250.000

Bogotá – Medellín – Bogotá: \$310.000

Bogotá – Pasto – Bogotá: \$510.000

Por otra parte, el gasto promedio del turista que llega a la zona de Sincelejo es de \$296.000. Todas las consideraciones anteriores pueden corroborarse según lo establecido

para el producto turístico cultura sabanera (Proyecto FNT-288-2014 “Diseño del producto turístico Cultura Sabanera, 2014).

7.4 Libreto para el recorrido de la Ruta Huru Artesanal

Descripción del recorrido –Libreto día 1. Sincelejo-Morroa-Sampués

Se recoge al turista en el hotel o aeropuerto.

Bienvenida: el saludo inicia bienvenido a la ruta “Huru” Artesanal, vamos por el camino donde las casas (viviendas) han representado la **unidad económica y social básica, ¿por qué Huru?** en la lengua Zenú, la palabra Huru, significa hogar, en una revisión de otras posibilidades de interpretación de éste vocablo, hay un nexo con una cultura ubicada en Chile, en la tierra de Hotu Matu'a, en la historia y etnología de la Isla de Pascua, su gramática y diccionario del antiguo idioma de la Isla, la palabra expresa: costumbre, carácter, manera, conducta, situación, que asociada con otros términos como poki huru hare, niño que debe acostumbrarse a quedar en casa, o la expresión pehéte huru o Hiva, ¿Cómo está la situación del continente? (Englert, 2004), le da un sentido a las artesanías que se han realizado desde tiempos inmemoriales en los hogares.

Los orígenes de la cultura Zenú, que se encuentra en los municipios de la ruta, ha sido artesanal como base de su economía, junto con la agricultura. Se trata entonces de ir por un camino, en este caso el de los artesanos, a quienes también se les denomina “mensajeros del arte”; usted podrá participar en el conocimiento de esta técnica y de la puesta en valor de su oficio, por tanto le invitamos a que nos *acompañe (n) en esta travesía, donde artesanos con semillas, trenzas y telares en medio de sabanas y un hermoso mar contribuyen con la paz.*

- “La ruta, si toma los dos días, le permite un recorrido artesanal en interacción para observar los tejidos en telares de hamacas, bolsos, caminos de mesa, en materiales de Caña Flecha para el sombrero vueltaio, bolsos, carteras y cuadros elaborados con

semillas adquiridas en las zonas de vivencias de la cultura Zenú, donde priman las hermosas sabanas sucreñas, la rica gastronomía de platos típicos y amasijos que tendrá la oportunidad de disfrutar; la riqueza cultural del folclor, el disfrute del mar del Golfo de Morrosquillo, en medio de un ambiente lleno de alegría donde las comunidades asociativas, los sitios de interés, las entidades públicas y todos los empresarios vinculados al turismo en este departamento permitirán que pueda obtener una maravillosa experiencia”.

- El desayuno, sea en el hotel o en el recorrido, está previsto para que sea típico de la gastronomía Sucreña, implica la explicación de cada uno de los ingredientes del plato (para lo que se requerirá capacitación de meseros en hoteles y restaurantes que hacen parte del producto y explicar la historia de los alimentos (es importante dotar una guía de alimentos de la gastronomía sucreña).
- En el primer día se desplazan hacia la ciudad de Morroa, el guía explica como Morroa, como bien menciona Colombia Travel, es el sitio donde” las hamacas se mecen al compás del pito”, denominado el “telar cultural de la sabana”, es un colorido pueblo caracterizado por la laboriosidad de sus artesanos con un noble oficio, las hamacas que son como redes que envuelven pero para producir un inolvidable descanso y horas de ensoñación, un recorrido para observar esos telares con cada una de sus partes y sus significados”, tendrán concursos y podrán ganar suvenir (se enuncian cada una de las características y la historia sobre sus iglesias y datos precisos de la población y específicamente de las asociaciones que están involucradas en la ruta).
- La muestra cultural de presentación de los “piteros”, permite conocer una muestra folclórica del festival insignia de la municipalidad, pito en algunos casos fabricado con fibra de millo y que invitan junto al sonar de las tamboras al baile.

- En segunda instancia se visita el municipio de Sampués, territorio del tejido de caña flecha y fabricación artesanal del Sombrero Vueltiao, símbolo nacional que ha traspasado fronteras. Sampués, municipio artesanal de tradición, asentamiento de resguardos indígenas y de comunidades que en sus corregimientos también poseen su tradición artesanal (el guía debe explicar lo principal del municipio y las características de las asociaciones que participan en la ruta). Al llegar al municipio, harán una vista panorámica del mismo, donde podrán tomarse una foto en la iglesia, en el monumento del sombrero y podrán degustar la gastronomía típica en el almuerzo del restaurante, donde tendrán una muestra folclórica de la municipalidad.
- Seguidamente podrán tener la interacción en la Maloka, del cabildo indígena, aquí se explica el concepto de la palabra, para la cultura Zenú y todas las actividades que en ella se realizan, (el día de visita de turistas que estén reunidos los del Cabildo por respeto a su cultura podrán tener su interacción en uno de los salones del lugar) donde podrán observar y participar en la fabricación del sombrero vueltiao, de telares de hamaca de los corregimientos y de la fase final en la creación de la abarca” tres punta”, los representantes artesanales de las asociaciones encargadas de esta actividad darán lugar a la manualidad, allí se les entregará un recordatorio de la misma, en la exhibición del lugar se mencionarán las diferencias en la técnica para efectos de adquirir el producto y con relación a su precio y al “valor”, éste último para generar la intención de compra y adquisición de los mismos en el lugar. Se da la opción de ir al sitio de exposición comercial de artesanías en la vía troncal del municipio.
- Se regresa a la ciudad de Sincelejo, el acompañante mencionará los aspectos más importantes de la ciudad en términos históricos y culturales. Al llegar la ciudad se les traslada a un restaurante de la localidad para un refrigerio típico.

- A continuación se llega al museo Zenú, donde esta vez las asociaciones de los corregimientos cercanos a Sincelejo que también manejan el proceso de la siembra y algunas adiciones modernas para los productos artesanales en Caña Flecha, interactúan con ellos. Allí están a disposición del turista además de las artesanías, otros amasijos debidamente empacados listos para llevar como souvenir.
- Para complementar el recorrido tendrán una visita al parque principal de la ciudad, su iglesia y la plaza de Majagual, cada uno de esos lugares deberán tener la explicación histórica cultural y en el recorrido se hace mención a la flor de la Cayena (bonche) y sobre la Iguana (don pipo), esculturas representativas de la ciudad, en esta última puedan tomarse fotografías.
- Finalmente, se les transporta al alojamiento en hoteles urbanos (quienes ofertarán un precio especial para la cena, de quienes hayan participado en la ruta). En el transcurso se les explica, que se preparen para el segundo día de la ruta, quienes aún no la hayan adquirido la pueden adquirir.

Libreto recorrido del día 2- Sincelejo- Coveñas

Saludo inicial: bienvenido a la ruta “HURU” artesanal, en otras culturas como la Griega, por ejemplo, el “Oikos” la casa representaba la unidad económica y social básica, agrícola y pecuaria, en la cultura Zenú “Huru” significa hogar. Efectuando una revisión de otras posibilidades de interpretación de éste vocablo, se encontró un nexo con una cultura ubicada en Chile, en la tierra de “Hotu Matu'a”, la historia y etnología de la Isla de Pascua, en la gramática y diccionario del antiguo idioma de la Isla, la palabra expresa: costumbre, carácter, manera, conducta, situación, que asociada con otros términos como “poki huru hare”, niño que debe acostumbrarse a quedar en casa, o la expresión “pehété huru o Hiva”, ¿Cómo está la situación del continente?, llevan a pensar como las culturas ancestrales valoran las situaciones de vida en el hogar, sitios o diversos continentes (Englert, 2004).

Las artesanías se han realizado desde tiempos inmemoriales en los hogares de la cultura Zenú, sus raíces e indígenas se encuentra en los municipios de la ruta. Se trata entonces de ir por un camino, en este caso el de los artesanos a quienes también se les denomina “mensajeros del arte”; donde usted podrá participar en el conocimiento de esta técnica y de la puesta en valor de su oficio, por tanto le invitamos a que nos *acompañe (n) en esta travesía, donde artesanos con semillas, trenzas y telares en medio de sabanas y un hermoso mar contribuyen con la paz.*

Los que tomaron el día de ayer, ya pudieron disfrutar de una primera parte, en esta segunda parte nos encontraremos con una comunidad de la etnia Zenú y la técnica de la semilla, inspirados por el día a día de su cotidianidad, ésta vez el encuentro se hará en el marco de un municipio cercano al Golfo de Morrosquillo, que posee un maravilloso mar, donde además de la experiencia artesanal usted podrá disfrutar de una tarde de Sol y Playa y la visita a la Ciénaga de la Caimanera que posee mangle rojo o rizopora, mangle blanco, Mangle negro o abicenia germineice, mangle zaragoza o conocarpu erectus y una fauna diversa.

- Se inicia el día con un desayuno típico en el corregimiento de la Palmira, en la vía Sincelejo- Coveñas
- Luego, al inicio del recorrido se explica lo referente al Golfo de Morrosquillo, con especial énfasis acerca de Coveñas, su historia corta como municipio, indicando que antes estaba junto con Tolú, explicar acerca de ese turismo de Sol y Playa por el que es conocido, resaltando las bondades de las posibles actividades para realizar en el transcurso de la tarde (con las actividades complementarias que se ofertan en el sitio).
- Seguidamente la explicación acerca del corregimiento del Mamey y de las características de la comunidad, como parte de la etnia Zenú (para ello se puede tomar

la revista publicada por Ocesa, Oleoducto Central S.A, quien se interesó por documentar las Etnias del Golfo de Morrosquillo y producto de ésta investigación lo referente a las artesanía de los cuadros de semilla, allí se mencionan los corregimientos que integran los cabildos). Se hace alusión como para las etnias, el recorrido de buscar las semillas tiene un significado, así como algunos nombres en lengua Zenú, que encontrarán en los senderos del lugar que deberá habilitarse para la ruta.

- Al llegar son recibidos, por una representante de la asociación, quien les da a degustar uno de los dulces típicos y les indica del recorrido, seguidamente pasan unos a la interacción con las artesanas en el proceso de construcción del cuadro, mientras se explica la historia de su inspiración, del respeto por ser de su propio hábitat y del significado para ellos.
- Otro grupo se dispone para el recorrido por los senderos a pie o en burro y se les da la explicación para el mismo donde están los nombres de semillas y de algunas palabras en la lengua Zenú que está en rescate porque no se habla en ella de manera regular. (Tener a la mano diccionario de algunas palabras).
- Estas actividades se coordinan para que al terminar un grupo con una actividad realice la otra y viceversa.
- Tendrán el tiempo para compras en el lugar de artesanías y de amasijos, como souvenir para llevar.
- Se procede a llevar a Coveñas a los grupos, primero a un restaurante-hotel convenido para el Refrigerio Típico.

- Al explicar en el transcurso del recorrido se informa, sobre la Ciénaga de la Caimanera, invitando a sumarse al cumplimiento de los requisitos en temas de sostenibilidad.
- Tiempo de almuerzo y tarde de Sol y Playa, donde se tiene prevista una presentación cultural (estas han sido coordinadas a través de alianzas con los hoteles guías, grupos culturales de Coveñas, entre otros). Se recuerda la hora de encuentro para salir hacia Sincelejo.
- A la hora convenida, regreso a la ciudad de Sincelejo, al inicio se dicen algunas palabras en la lengua Zenú, se enfatiza en la “marca” de la ruta y se concluye con la misma promesa de valor inicial, explicando que los que aún no han realizado la ruta del día anterior la pueden realizar: ***gracias por acompañarnos en esta travesía, donde artesanos con semillas, trenzas y telares en medio de sabanas y un hermoso mar contribuyen con la paz. Ustedes pudieron hacer parte de esta contribución para las comunidades asociativas y todos los empresarios y microempresarios vinculados con el turismo para el departamento de Sucre, tal como expresa su himno: “Sucre es un tesoro de belleza sin igual, sus verdes montañas, sus arroyos y su mar, Sucre tiene un paraíso, en el hechizo de sus praderas, es mi tierra, ahora también la suya por haberla visitado, un gran jardín primaveral”.***
- Finalmente, se les transporta al alojamiento en hoteles urbanos, estos deben estar preparados para que la cena también sea típica donde obtengan un precio especial de descuento para los que hayan participado en la ruta.

7.5 Estudio de mercado

7.5.1 Análisis del contexto regional y local.

En la costa Atlántica los más relevantes por visitas de turistas, son en su orden Bolívar, San Andrés y providencia, Atlántico y Magdalena. Sucre no tiene una cifra específica sino incluida en la de otros, con todos los destinos de Colombia de ciudades intermedias y pequeñas (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2015).

En cuanto al origen de huéspedes residentes y no residentes extranjeros para Sucre en Enero del 2016 porcentualmente fue del 2%, cifra que será tomada en cuenta, para las posibles proyecciones de demanda.

7.5.2 Estudio para aceptación, motivación

El posible mercado para la ruta y la segmentación, se indagó mediante una muestra de 72 actores turísticos, revisando los niveles de aceptación y motivaciones posibles para el producto turístico, en los municipios objeto de la investigación. El estudio se hizo con encuesta asistida y entrevista semiestructurada (Tabla 36).

Tabla 36. Ficha técnica No. 3

UNIDAD DE MUESTREO:	Turistas y actores turísticos para la puesta en marcha de una ruta
FECHA DE RECOLECCIÓN:	Junio- Julio
ÁREA DE COBERTURA:	Ciudades: Sincelejo, Coveñas, Barranquilla, Medellín, Bogotá
TIPO DE MUESTREO:	Muestreo aleatorio simple.
TIPO DE ESTUDIO Y TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Estudio de carácter exploratorio. Encuesta asistida en hoteles de la ciudad, aeropuerto, transportes, vía web y entrevistas semiestructurada a los agentes del sector turístico: hoteleros, agencias de viaje, empresas de transporte, operadores receptivos

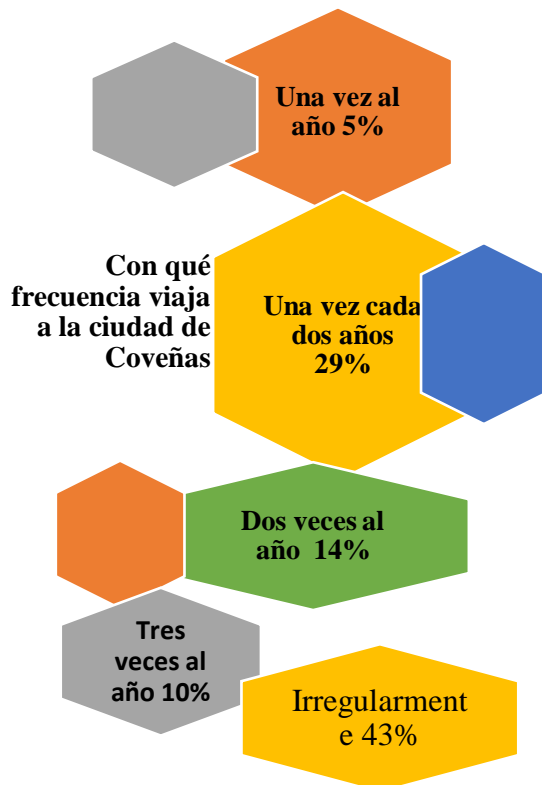
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	72, representados así: 3 hoteleros de Sincelejo y 2 hoteleros de Coveñas, a 3 tour operadores, 2 agencias de viajes, 62 encuestas físicas y web a huéspedes y turistas
-----------------------	--

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Inicialmente una prueba piloto a cinco (5) huéspedes, permitió rediseñar el instrumento, con relación a tres preguntas. A continuación se describen y se analizan los resultados encontrados en cuanto a las variables de lugar de residencia, número de personas y frecuencia con la que viaja a la ciudad de Coveñas y a la ciudad de Sincelejo, entre otras.

Para Sincelejo el mayor porcentaje que viaja solo son 37%, le sigue un 26% con acompañante, con 3 ó 4 personas el 18% y dos acompañantes el 13%. Los sitios de mayor procedencia en su orden son de Medellín, Bogotá, Atlántico, Córdoba y Bolívar, Valledupar y Bucaramanga. Presencia de extranjeros, Venezuela, China, España, Miami. La pernoctación de viajes varía según el destino playa (Coveñas) y sabana (Sincelejo) en esta última los porcentajes de mayor a menor son en su orden solo (37,1%) con un acompañante (12,9%), tres (17,74%), y más de tres (17,74%).

Figura 41. Resultado encuesta de mercado
¿Con qué frecuencia viaja a la ciudad de Coveñas?



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

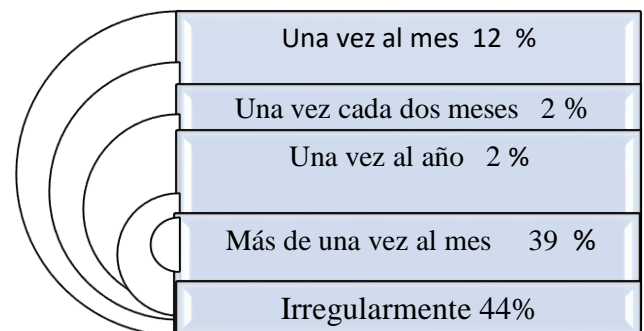
La frecuencia de viaje para Sincelejo y en su orden de mayor a menor son irregularmente, más de una vez al mes, una vez al mes y cada dos meses y una vez al año solo el 2%

Tabla 37. Resultado encuesta de mercado.
¿Cuál es su lugar de residencia?

San Marcos/ La Mojana	3,23
Puerto Rico	1,61
Bogotá	25,81
Medellín	29,03
Córdoba	9,68
Atlántico	12,9
Bolivar	8,06
Bucaramanga	1,61
Valle dupar	1,61
Miami	1,61
Venezuela	1,61
China	1,61
España	1,61
Total	100%

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Figura 42. Resultado encuesta de mercado.
¿Con qué frecuencia viaja a la ciudad de Sincelejo?



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

La pernoctación está oscila entre uno (1) y tres (3) noches en Sincelejo y en Coveñas desde tres (3) hasta seis (6) noches. Las motivaciones de viaje están representadas en ocio (43,6%), seguidas de trabajo (30,7%), eventos ferias y congresos (11,2%) y finalmente visitas a familiares (9,6%).

Respecto al interés por conocer la ruta artesanal fue del 95%. Así mismo, las técnicas y productos artesanales que prefieren conocer son, en caña flecha y tejeduría en telar. Los motivos para compartir la experiencia son, culturales, gusto personal, tradición, herencia ancestral y adquisición de souvenir, teniendo en cuenta además que la frecuencia de compra de artesanías cuando visitan algunos lugares es del 73%. Los niveles de interés por la ruta desde la sabana estuvo compartido con visitas a Sol y Playa en un 50%; la ruta de Morroa 23% y Sampués 27%.

7.5.3 Indicadores para proyecciones de demanda

Las previsiones para la posible demanda, estuvieron basados también en información secundaria encontrada en páginas oficiales.

La encuesta de satisfacción realizada en el Aeropuerto de Corozal en el año 2014 a cien (100) pasajeros aporta que la concentración de viajeros está entre los 25 y 44 años, con preparación profesional y estudios de especialización; frecuencia de viaje desde uno (1) hasta siete (7) veces. En el aeropuerto de Corozal el número de pasajeros es de doscientos sesenta (260) diarios, se reducen en número los sábados y el domingo porque es el día de menos tráfico (Aeronautica Civil, 2015).

En Tolú con relación a los estudios realizados para el aeropuerto, se determinó que si se formaliza, estandarizan y mejoran la calidad de los servicios en el sitio, podría haber un crecimiento jalonado por el aumento relativo del PIB promedio e ingresos de la localidad, es decir un aumento de pasajeros en un 5% (Aerocivil, 2016).

Por otra parte como el acceso a Sucre es también por el aeropuerto en Montería, ésta tiene crecimiento en conectividad, con el aumento de nuevas rutas y existe el interés de Air Panamá por operar con cincuenta (50) sillas en 2 ó 3 vuelos semanales; los países de mayor probabilidad para operar con esta región aledaña a Sucre son : Florida, Resto de EE.UU, Panamá, España, México, así mismo, se identificaron cuatro (4) rutas potenciales de demanda nacional Rio Negro, Cali, Bucaramanga y Pereira, estas podrían ser a futuro ciudades desde las cuales se pueden movilizar turistas para el turismo interno en Sucre (Aeronautica Civil, 2015).

En cuanto al transporte terrestre el último informe en Abril 2016 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo-Mincit, 2016) para la costa atlántica muestra que según los peajes el tráfico de enero hasta abril en Córdoba fue de 1.124, Bolívar 686, Sucre 69, en cuanto a datos de transporte por terminal Sucre, debido a que no tiene habilitada en su infraestructura este importante acceso, no se encuentran registros en páginas oficiales.

Por todo lo expuesto anteriormente, a continuación se proyectan un (1) escenario con pronóstico cuantitativo para la posible demanda de la ruta turística artesanal.

7.5.4 Posibles proyecciones de demanda, según pronósticos de pasajeros

Las cifras de proyecciones fueron realizadas con base en un PIB de 3,6%, metodología Airbus con 5.65, tendencia histórica de regresión lineal, modelo econométrico y bottom up medio y alto, con diferentes escenarios para el aeropuerto del Golfo de Morrosquillo, ubicado en Tolú-Sucre (Aerocivil, 2016)(Tabla 38).

En el escenario, los pasajeros receptivos que puedan comprar la ruta para 2017, solo por *el aeropuerto de Tolú son 6.000* (de allí pueden tomarse los de vacaciones,

por ferias o negocios teniendo en cuenta que puedan adquirir al menos un día de la ruta o la ruta completa, tabla 38 cifra solo receptivo año 2017).

Tabla 38. Escenario No.1

AÑO	COVEÑAS POR AEROPUERTO DE TOLÚ PIB 3,6	INTERES PRODUCTO 95%	SOLO RECEPTIVO 50%	VACACIONES 44%	FERIAS 11%	NEGOCIOS 31%
		0		0	0	0
2016	13.163	11.583	5.792	2.548	637	1.795
2017	13.637	12.001	6.000	2.640	660	1.860
2018	14.128	12.433	6.216	2.735	684	1.927
2019	14.636	12.880	6.440	2.834	708	1.996
2020	15.163	13343	6.672	2.936	734	2.068

Fuente: informe Aerocivil y consultores plan maestro aeropuerto de Tolú. Porcentajes según estudio ruta artesanal

En cuanto al posible comportamiento de la demanda desde el acceso por el municipio de Corozal, se estima que solo por vacaciones 14.481 pasajeros receptivos en el 2017, aunque pudiera existir una demanda por quienes vienen a ferias y negocios.

Tabla 39. Proyecciones de demanda para la ruta. Escenario 1

Pronóstico de proyecciones de demanda por acceso aéreo desde corozal- Escenario optimista					
AÑO	ENTRE UNA Y DOS VECES AL MES COMPRA UNA VEZ	Y CUATRO COMPRA TRES VECES AL MES	ENTRE CINCO Y SIETE COMPRA CUATRO VECES	OCHO COMPRA CINCO VECES	TOTAL DEMANDA POTENCIAL
2016					
2017	14.481	33.570	22.380	8.228	78.659
2018	15.720	36.441	22.380	8.932	83.473
2019	17.772	41.199	22.380	10.098	91.450
2020	18.682	43.309	22.380	10.615	94.987
2021	19.411	44.997	22.380	11.029	97.817

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

En cuanto al aeropuerto de montería esta son las previsiones, según el pronóstico de posibles pasajeros provenientes del extranjero una demanda potencial de

10.896 (la suma de los provenientes de Florida, resto de EE.UU., Panamá, España y México. Ver tabla 45), si se aplica el alcance del indicador global nacional en turismo correspondiente a 4,7% de turistas, *implicarían una posible compra de 512 turistas extranjeros y en la proyección media 208 y pesimista 109, para ser conservadores en el cálculo (Tabla 40 y 41).*

Tabla 40. Pronóstico de pasajeros por aeropuerto de Montería

Destino	Pax origen 2011-2014	% Total	Acumulado
Florida	2.159	13,2	13,2
Resto de EE.UU.	1.479	9	22,2
Panamá	3.060	18,7	40,8
España	2.592	15,8	56,7
México	1.606	9,8	66,5

Fuente: Aerocivil, proyecciones aeropuerto de Montería

Tabla 41. Pronóstico de posible demanda internacional aeropuerto de Montería para la ruta artesanal

EXTRANJEROS	ALCANCE 4,7%	ALCANCE 2%	ALCANCE 1%
TOTAL			
10.896	512	218	109

Fuente: Aero civil, proyecciones aeropuerto de Montería, porcentajes según estudio ruta artesanal.

En cuanto a la llegada por vehículos de turistas de otras ciudades la opción de turismo interno *por medio de transporte terrestre pueden ser 2.107 turistas, para el año 2017 según el interés manifestado por la compra del producto de los encuestados (Tabla 42)*

Tabla 42. Pronóstico de posible demanda por turismo interno llegada de vehículos

AÑO	TRANSPORTE SINCELEJO	INTERES PRODUCTO 95%	VACACIONES 44%	FERIAS 11%	NEGOCIOS 31%
2016	2.112	2.006	929	232	655
2017	2.218	2.107	976	244	76
2018	2.329	2.212	1.025	256	79
2019	2.445	2.323	1.076	269	83
2020	2.567	2.439	1.130	282	88

Fuente: informe enero-abril 2016 Mincit igual al resto del año para estudio de la ruta, según cálculo de estudio ruta artesanal. Transporte de vehículos llegada a Sincelejo.

Finalmente, según las entrevistas a los hoteleros, operadores y agencias de viaje, éstas son las apreciaciones más importantes para la operatividad de la ruta: ningún hotel ofrece recorridos turísticos en Sincelejo, coinciden en afirmar que el sector requiere productos complementarios y que el artesanal es pertinente. Se vincularían, como parte de la cadena de valor para la oferta del producto cultural esto incidiría para el servicio de atención a los huéspedes. La mayor probabilidad es que combinen con el destino de sol y playa o inclusive una ruta con otros departamentos. El precio posible para el recorrido, expresaron que podría ser entre \$ 145.000-175.000.

Una problemática sensible en el sector hotelero es la frecuente falta del fluido eléctrico lo cual afecta los costos por el uso de planta y la afluencia de turistas. En términos de empleo, son conscientes de la necesidad de generar una mejor remuneración en el sector con bonificaciones fijas y turnos reales de ocho (8) horas.

Por su parte, los operadores estiman que los hoteleros deben apoyar el producto para que sea un esfuerzo compartido. Algunos de los operadores locales, en la actualidad manejan un receptivo para Morroa y Sampués por valor de \$85.000 incluye un

traslado y refrigerio, una interacción mínima, con dos comercializadores, sin la narrativa de la experiencia artesanal; los artesanos participan económicamente con la compra de la artesanía que haga el visitante.

Las agencias de viaje que participaron fueron la gerente de Mar Caribe y en Turismo del Morrosquillo Yuri Otero (receptor y emisor internacional con veinticinco (25) años de experiencia), manifestando que las preferencias y visitas de familiares de los residentes colombianos que viven en el exterior y de amigos que ellos invitan a Colombia, es clara, desean conocer lo artesanal y realizar caminatas ecoturísticas, los principales países de llegada de turista, según la entrevistada, son en su orden: Venezuela, USA. Suramérica, Europea, Canadienses.

Los productos sustitutos más cercano, de carácter cultural, con componentes artesanales y con declaratoria de pueblo patrimonio son Santa Cruz de Lorica, por cercanía como pueblo patrimonio y porque Córdoba está ofertando el producto turístico artesanal, con la caña flecha de Tuchín, artesanías en arcilla de San Sebastián, abarcas tres puntá, pintura primitivista y tejidos en Palma de Enea (Artesanías de Colombia, 2014). La estrategia de pueblos patrimonio también es manejada en la red pueblos patrimonio de Colombia Travel apoyada por Fontur, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, está incluida Expo artesanías y Anato como vitrina turística.

San Jacinto y Palenque correspondiente al departamento de Bolívar y Mompo que son permanentemente visitados desde Cartagena por turistas empaquetados desde el Hotel Decamerón, cuenta con una oferta permanente con costos favorables y visitantes internacionales que asisten al Festival del Jazz, en Mompo algunos acceden a través del aeropuerto de Corozal.

Otros productos sustitutos aunque no de carácter cultural podría ser en Córdoba “el Zooparque los caimanes”: ubicado en el municipio de Buenavista, en él se

realiza un apasionante recorrido de 4.5 kilómetros en tren donde se encuentran 45.000 caimanes. Es comercializado en Medellín. El recorrido incluye además, estación vivario y avestruces (Pagina oficial Zooparque Los Caimanes, 2016).

7.5.5 Distribución y comercialización

En el nivel de destino país, el principal sitio web para difusión es Colombia Travel, adscrito a Mincit y Fontur donde la Marca Colombia, es presentada en su página por regiones y se promocional el Golfo de Morrosquillo, con Tolú y Coveñas, de manera general, sin embargo ninguno de los prestadores de servicio del sector sucreño se encuentran descritos como proveedores en la página oficial de marca, como es éste sitio web, aunque si hacen presencia los actores turísticos de la cadena en otros sitios web reconocidos y buscado por los turistas.

Estrategias: Producto, Promoción, Publicidad y Canales de distribución. Precio.

Por ser un producto nuevo, en el sentido de estar estructurado, se debe realizar una inversión comercial de promoción y publicidad utilizando el mayor número de canales de distribución posible, con uso diversificado de web-site, free pres, fam trips, marketing directo y digital, entre otros.

Figura 43. Canales de distribución a utilizar en la ruta



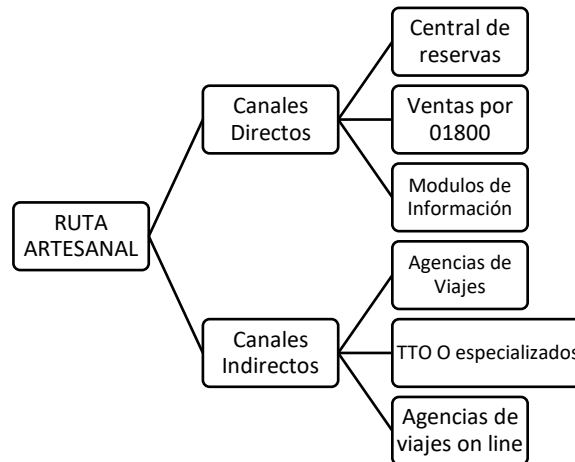
Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Las revistas para utilizar (buscando alianzas con las aerolíneas) serán especialmente las de los vuelos comerciales de Ada, Satena e Easy Fly, de tal forma que se difundan en la cobertura de operaciones de éstas aerolíneas, las alianzas con ellos permitirían prever éxito para la compra de la ruta.

Las alianzas de mayor efectividad local son los organizadores profesionales de eventos y la Caja de Compensación Familiar “Comfasucre”, alusivos al codesarrollo.

Se sugiere en el corto plazo algunos canales de comercialización directos e indirectos.

Figura 44. Canales directos e indirectos para ser utilizados durante la operación de la ruta artesanal



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Canales directos

Página web oficial de la ruta (que sea gestionada desde una Corporación), donde se promocionen éste y otros productos turísticos de Sucre, conectada con las asociaciones, empresas del sector público que apoyan la propuesta, así como los Hoteles, agencia de viajes y operadores de la ruta. Presencia en Facebook, Instagram, You Tube, blog sobre la ruta

En general se debe buscar estimular la demanda según condiciones socioeconómicas, culturales y psicológicas y la expansión basados en la conectividad, medios masivos de comunicación, tiempo libre disponible, tendencias de consumo y características de los consumidores (Jimenez & Jimenez, 2013).

En el ámbito local se deben generar motivaciones y cultura turística para estimular el consumo de un producto propio e inhibiendo el proceso de compra en relación con la competencia.

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Es importante la presencia en Trip Advisor, sitio web con las mayores revisiones y calificaciones de hoteles, que a su vez actúa como central de reservas online y por su trascendencia en el turismo y experiencia tiene aceptación en la mayoría de viajeros reales y potenciales, quienes se ilustran a través de este medio antes de emprender cualquier viaje.

7.5.6 Marca de la ruta

Esta es la propuesta de marca, con su significado

Figura 45. Propuesta de imagen para la Ruta Artesanal Huru



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Figura 46. Propuesta de imagen para Ruta Artesanal Huru con su significado

FLOR DE BONCHE O CAYENA

Hibiscus rosa-sinensis, es una flor característica de la región caribe colombiana, originaria del continente asiático, se encuentra en variedad de colores, dentro de los que se destacan el naranja, el rojo y el amarillo. En este caso, su coloración verde, hace referencia al respeto por el medio ambiente y a los caminos o “Trochas” de la región.

TEJIDO DE HAMACA

Elemento tradicional de los habitantes de la costa norte colombiana, fabricado con hilos 100% de algodón natural y teñidos en variedad de colores.

HURU

Palabra utilizada por los indígenas zenú que significa hogar.



COCOROTA

Semilla representativa de la región, utilizada por indígenas y campesinos en trabajos manuales y artesanías.

CAÑA FLECHA

La caña flecha (*Gynerium sagittatum*), una gramínea tropical empleada desde hace siglos por los aborígenes de la Costa Atlántica colombiana para elaborar utensilios y diversidad de artesanías dentro de las que se destaca el tradicional sombrero vueltaio.

Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

7.6 Recomendaciones técnicas y de la operatividad

Para el trabajo integrado de turismo en Sucre, se requiere también impulsar la creación de una Corporación de turismo público-privada o el concepto de “Círculo de Turismo”, como sucede en países como España, creado como un instrumento al servicio de los empresarios para desarrollar más productos, captar nuevos mercados y segmentos, en definitiva para generar más negocio turístico”. La propuesta de naturaleza público-privada, estaría conformada por los gremios, dentro de los cuales podrían estar la Alcaldía Mayor de

Sincelejo, Cámara de Comercio de Sincelejo, Cotelco y Fenalco capítulo Sincelejo, guías profesionales de turismo y asociaciones artesanales de Sucre.

Según el manual de señalización turística nacional, el mogador o panel de información, debe ser ubicado en espacios abiertos tales como plazas principales, plazoletas, parques; en espacios cerrados como terminales de transporte aéreo, ferroviario y terrestre, centros comerciales, museos, puntos de información turística y demás. Las señales de dirección urbana están diseñadas para ubicar y orientar al visitante que se desplaza por espacios urbanos, respecto a la dirección en la cual se encuentran los atractivos turísticos del lugar objeto de señalización. Por otra parte, las señales referenciales de carretera, indican la distancia e informan acerca de atractivos y/o servicios turísticos. Se ubican a lo largo de las carreteras o vías de acceso antes del arribo a los mismos. Toda la normatividad en términos de señalética puede ser consultada en el ministerio Fuente. (Ministerio de Desarrollo Económico, 2003)

Líneas de Acción de la ruta turística artesanal en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas.

Natural.

Es importante que la comunidad tenga conocimiento de la protección de los recursos para evitar problemas de contaminación, así como el cuidado de los sitios de interacción con el turista, por eso se establece el componente de sostenibilidad.

Cultural

Para la planificación y realización de las actividades dentro de los puntos por donde pasara la ruta, se requiere la organización de grupos de piteros, cumbia, música de bandas musicales, cantantes, para las presentaciones previstas. Las tarifas de grupos musicales y de baile, deben ser unificadas para los servicios de presentaciones y atención a turistas.

Políticas Administrativas

Desarrollo de un manual de control y regulación de actividades turísticas

Diseño de un reglamento interno del proyecto de la ruta artesanal.

Elaboración de un plan de promoción y difusión.

Servicios turísticos

La comunidad tiene poco conocimiento sobre el manejo del turismo. Para desarrollar la actividad turística es necesario que los pobladores reciban capacitación para que a futuro puedan ofrecer servicios de buena calidad para los turistas.

Capacitación técnica

Los tipos de capacitación en Sincelejo, Morroa, Sampués, Coveñas de asistentes a los talleres, que realizamos para la ruta permitieron determinar que en servicio al cliente y guianza participaron dos personas, sin embargo se detectó con claridad que no existe capacitación en los temas de turismo comunitario, calidad turística, promoción, mercadeo, gastronomía, mesa y bar, operación de destino, empaquetamiento, clúster, manipulación de alimentos y en temas específicos como servicio al cliente, alojamiento, administración, vocación turística y sostenibilidad.

En el caso de la guianza, para Sampués se debe aprovechar el diplomado realizado por Fontur a la comunidad indígena y estimular a sus miembros para estudiar con el Sena.

Seguridad

La Defensa Civil, la Policía Nacional, la Cruz Roja y los Bomberos hacen presencia en la ciudad capital de Sincelejo así como policía de carreteras, aduana, tránsito.

En Coveñas tiene presencia la Base Naval. Sin embargo, en el tema de seguridad, centro de riesgos, cámaras de vigilancia, debe ser reforzado. Con base en una entrevista al representante de la asociación de empresa de vigilancia privada, quien participó en los talleres, quedó clara la necesidad de tener mayores cuidados, vigilancias por turnos en las playas puesto que activar el turismo implicaría la posibilidad de garantizar mejor y mayor cuidado para los turistas.

En todos los municipios de la ruta, los diferentes actores del turismo solicitan presencia de paramédicos y de atención para emergencias e implementación de un Plan de Seguridad Turística.

7.6.1 Diseño del mobiliario arquitectónico para ruta turística

Especificaciones técnicas

El diseño del mobiliario para la Ruta Huru, destinado para la interacción del turista, con los artesanos locales, así como para la exhibición y venta de sus productos, fue concebido de manera modular, con el fin de hacerlo más sencillo, funcional y económico; sencillo buscando que los productos hechos a mano sean los de relevancia, funcional en el sentido de que permita amoldarse a las necesidades de los espacios dependiendo el área donde sean implementados y económico pensando en la utilización de materiales del entorno combinados con materiales resistentes a la intemperie.

Como se menciona anteriormente, la funcionalidad es una pieza fundamental en el diseño, puesto que se tuvo en cuenta el desarrollo de las actividades que se realizarían dentro del espacio, así como el fortalecimiento de la relación turismo-producción, esperando que el área intervenida se convierta en un ambiente turístico apto, mejorando infraestructuras existentes, y abriendo espacios para el fortalecimiento de la competitividad de los municipios

incluidos dentro de la ruta a través de servicios de calidad ofrecidos a turistas locales, regionales y nacionales.

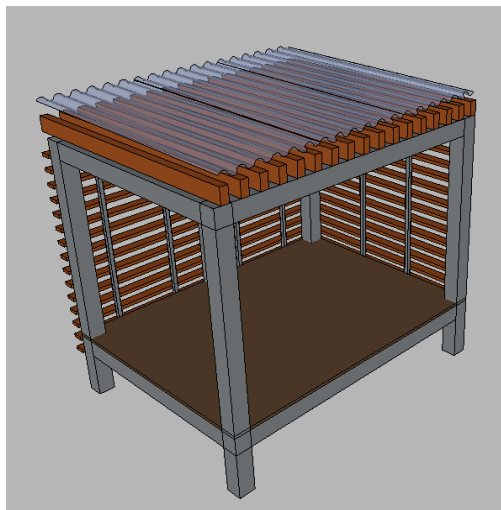
Por otro lado, y con el objetivo de fomentar el desarrollo de turismo natural, aprovechando y conservando los recursos naturales de los sectores en donde se implementaran los módulos, se aplicaron criterios de sustentabilidad, toda vez que el usuario podrá disfrutar y conocer elementos propios de la cultura Zenú, viviendo experiencias de tipo sensorial cercanas al paisaje y a la identidad cultural.

El diseño de los módulos se plantea como elementos bioclimáticos que se integran con el medio a través de sus materiales constructivos y de componentes adicionales que cumplen funciones paisajísticas como paneles vegetales y la utilización tanto en las cubiertas, como en el cerramiento de madera inmunizada que no solo brinda confort sino que también ornamenta la zona en la cual se ubican. Es preciso mencionar, que las especificaciones técnicas del diseño tienen en cuenta normativas ambientales, turísticas, de movilidad y sostenibilidad.

La forma del espacio es rectangular, lo que permite ser replicado y ensamblado de manera sencilla y rápida. En cuanto a los materiales, se proyectan constructivamente en una estructura en hierro, recubierta con un tejido de caña de guadua con métodos constructivos propios de la región que combinados con el metal, generan gran atractivo visual; apropiación en el medio, resistencia y durabilidad al objeto arquitectónico. Las cubiertas dispuestas con un sistema de pérgolas en madera con una sobrecubierta en láminas de policarbonato, permiten el paso de la luz natural y los pisos también en madera inmunizada.

Las medidas son: planta: 2,8 x 4,0 mts y Altura: 2,4 mts. Las siguientes figuras, ilustran los conceptos descritos anteriormente:

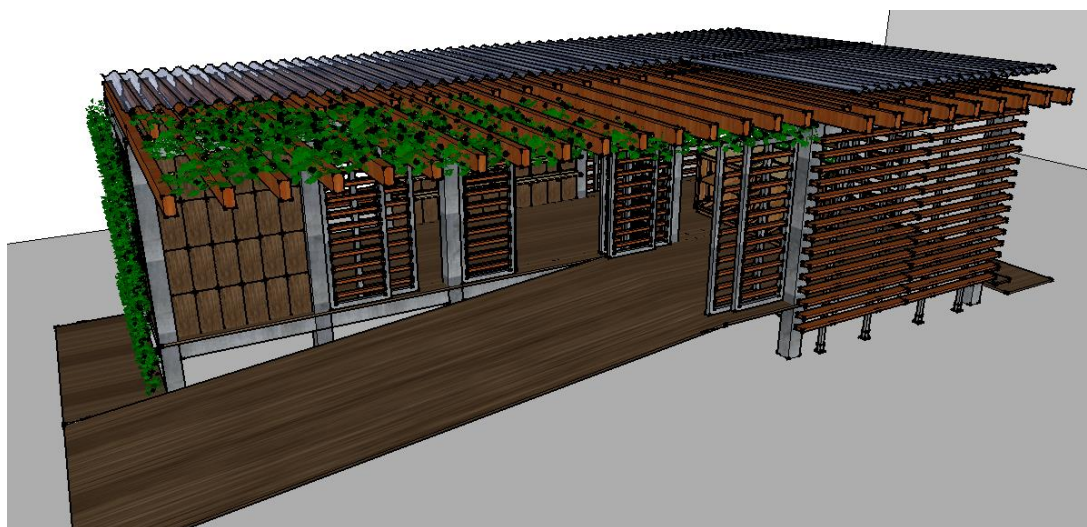
Figura 47. Módulo ensamblado para ser utilizado en los atractivos de la ruta



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

A continuación se muestra un ejemplo del diseño implementado en un ambiente natural.

Figura 48. Diseño del módulo en un ambiente natural



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

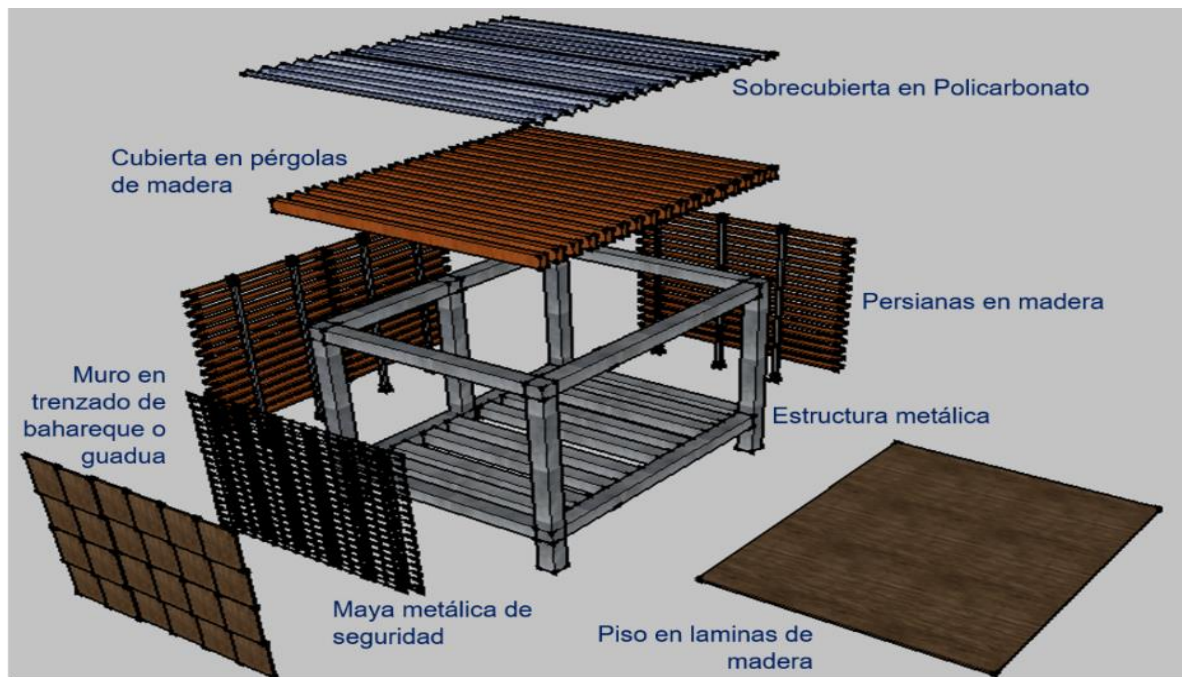
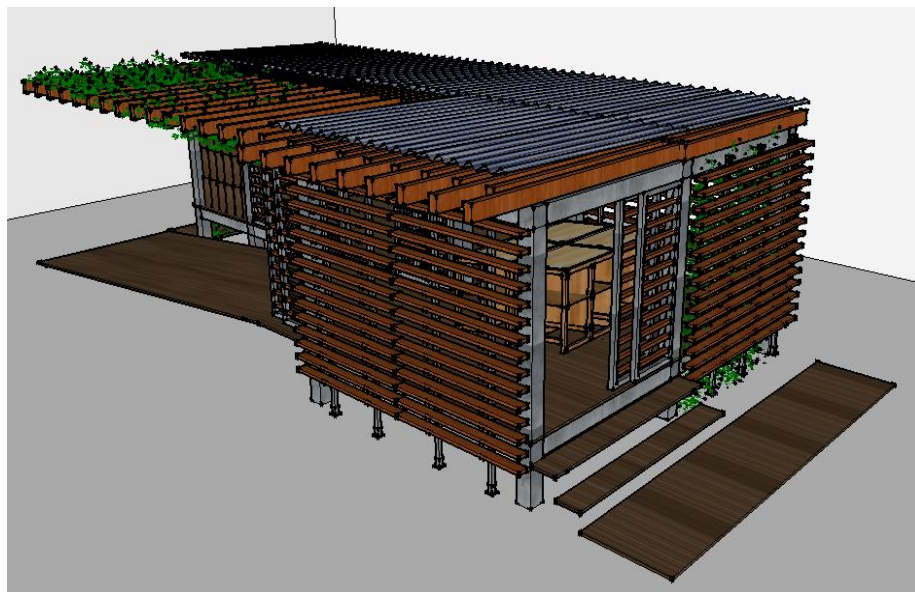


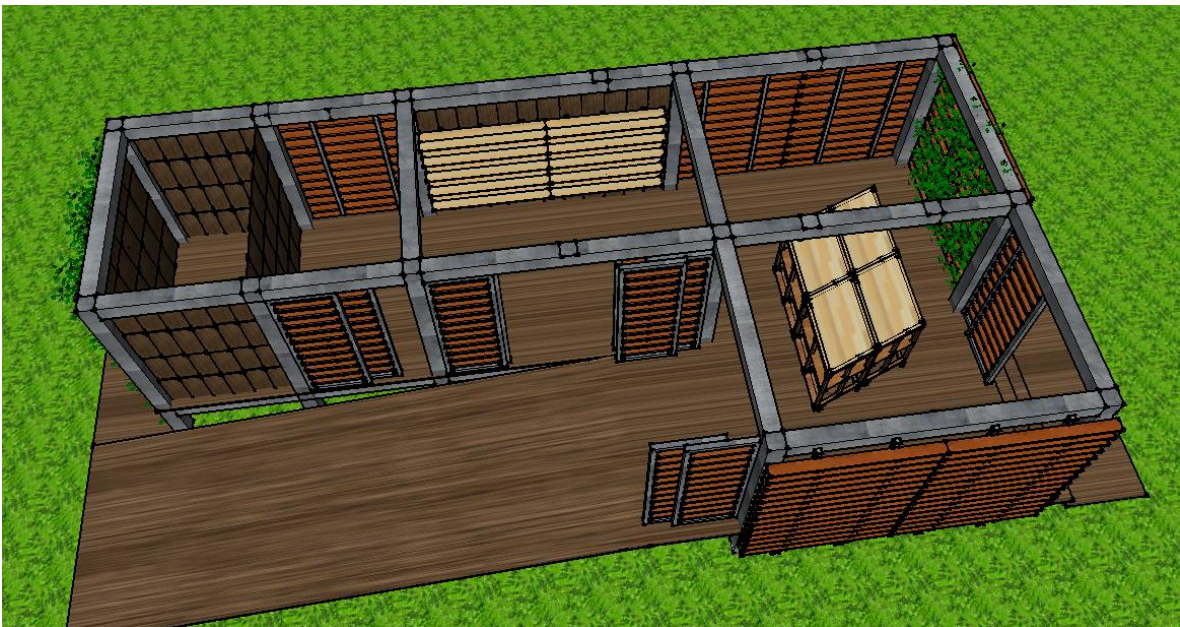
Figura 49. Vista lateral del módulo en un ambiente natural



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

En cuanto al interior del diseño, se plantea un mobiliario acorde con los requerimientos de los artesanos pero manteniendo la misma línea de preservación medioambiental, por ello se diseñan muebles en madera (preferiblemente reutilizada) y que a su vez sean aptos para el trabajo manual.

Figura 50. Propuesta de Mobiliario



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

En los municipios (Mamey- Coveñas) en donde el modulo se implementa en áreas naturales, es acompañado de un sistema de senderos que invitan al turista a mantener una interacción permanente con el medio ambiente. El trazado de dichos senderos, se propone utilizando caminos existentes o rastros de caminantes que han abierto trochas, y zonas donde es posible la ejecución de estos.

Como se muestra en el diseño del módulo, los senderos buscan minimizar el impacto ambiental generado en la capa vegetativa de los lugares, para ello se plantean en materiales amigables con el entorno y otros elevados como el elemento arquitectónico, previendo que su nivel sea más alto ante épocas de lluvias.

La propuesta de diseño incluye innovación en la utilización de materiales sostenibles para generar espacios urbanos de bajo impacto constructivo, con la utilización de materiales y su relación con el ambiente tres tipos de zonas:

Zona blanda: constituida por áreas naturales, sin ningún tipo de intervención o con intervención realizada con materiales del medio como troncos de árboles de diversos tamaños que ya cumplieron su ciclo de vida.

Especificaciones técnicas:

Idealmente se eligen cortes de 3 pulgadas (7,6 cm) de grosor. La medida de cada rollo varía naturalmente según las secciones en el tronco. Individualmente cada sección redonda debe tener un diámetro de 12 pulgadas (30,5 cm) y a lo sumo 36 (91 cm), donde sea que ubique los discos debe haber secciones grandes entre ellos (Arquitectura de casas, 2014).

Figura 51. Propuesta de senderos para la ruta



Zona semi-dura: Constituida por algunos de los senderos, plazas, andenes y zonas de parqueo distribuidas en el parque, propuestos en adoquín ecológico que permite el crecimiento natural del pasto dentro de la trama de la pieza y enriquece paisajísticamente al proyecto. Su impacto en el sector es mínimo pues proporciona un doble efecto y su mantenimiento no necesita mano de obra especializada, pues cualquiera puede realizar el corte de la vegetación.

Especificaciones técnicas:

- Dimensiones: largo: 60 cm, ancho: 40 cm, alto: 8 cm.
- Color: gris.
- Textura: lisa.
- Peso seco: 25.5 Kg. /un.
- Rendimiento: 4.17 un/m².

- Uso y aplicación: pavimentos y pisos. Tráfico peatonal y vehicular liviano (Ver norma NTC 3766). Se utiliza como adoquín permeable y aplicación de muros verdes.
- Normatividad aplicada: NTC 3766 - NTC 4024 - AST C1319

Figura 52. Propuesta de adoquines peatonales para ser implementados en la ruta



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Se propone también como elemento decorativo la realización de senderos y plazas en grava/piedras naturales en todos los colores para manejar diversas texturas en el recorrido del proyecto y mantener el entorno natural existente en el sector aumentando la su riqueza paisajística con diseños originales propios de la cultura Zenú.

Figura 53. Propuesta de senderos para la ruta



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

Zona dura: La zona dura está constituida por las vías de acceso al parque y al sector propuestas en materiales porosos de rápida evacuación de las aguas lluvia como el adoquín y de bajo impacto constructivo en el entorno natural que queremos destacar.

Características:

- Resistencia del color a la intemperie y rayos UV.
- Óxidos de Hierro inocuos para el medio ambiente.
- Acabados: planos, pizarra, pulidos y lavados.

Tipo de tráfico:

- Peatonal (espesor 4 cm).
- Vehicular liviano (espesor 6 cm).
- Vehicular pesado (espesor 8 cm).

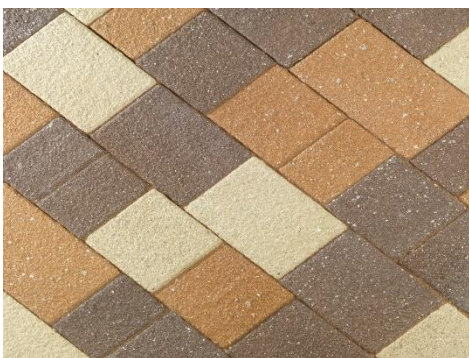
Liviandad:

- Espesor de 3cm para referencias 10x20, 20x20 cm.
- Instalación: Adheridos sobre morteros.

Instalación:

- Sobre arena (Según guía de instalación).

Figura 54. Propuesta de vías de acceso



Fuente. Trabajo de ruta artesanal, elaborado por las autoras.

7.6.2 Sostenibilidad del producto turístico en sus tres dimensiones: ambiental, sociocultural y económico

La actividad turística provoca transformaciones en la sociedad, convirtiéndola en un elemento importante para el principio de representación de desarrollo local y regional, por ende el turismo es una actividad compleja que debe respetar los sistemas que la sustentan (Turismo Responsable, 2010 citado de (Revista Interamericana de Ambiente y Turismo , 2012)). El diseño de un producto turístico como lo es la ruta artesanal, requiere introducir la sostenibilidad como eje fundamental en donde se pretende cuidar y preservar el patrimonio natural y cultural, generando un impacto económico, creación de empleo, mejora de la calidad de vida de la comunidad que participa, así como satisfacer las necesidades del mercado.

Con el diseño del producto turístico cultural, se pretende sensibilizar al ser humano sobre los valores intangibles de un paisaje intacto (Revista Interamericana de Ambiente y Turismo , 2012), para lo cual debe desarrollarse en armonía con el medio ambiente y la cultura local de los municipios a lo largo de la ruta, de modo que la comunidad no sea vea perjudicada, más bien se beneficie de la actividad turística y no sólo en el plano económico, sino que también cultural, ambiental y social (Guia metodologica turismo cultural, 2015), como lo establece en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible «Rio+20», donde se recalca los objetivos de desarrollo del milenio, útiles para centrarse en la consecución de logros concretos de desarrollo como parte de una concepción, el establecimiento de prioridades nacionales y la movilización de las partes interesadas y los recursos en favor de objetivos comunes (ONU, 2012).

En torno a lo anterior, de la mano con la normatividad vigente y con la posterior operación de la ruta artesanal, se presentan los requisitos generales de sostenibilidad que son aplicables a los tipos de agencias de viajes de viajes y turismo, mayoristas y operadoras. A continuación se detallan como se encuentran descritos en la norma:

Tabla 43. Requisitos de sostenibilidad Norma Técnica Sectorial NTS TS 003

3. REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD PARA AGENCIAS DE VIAJES	
3.1 REQUISITOS GENERALES DE SOSTENIBILIDAD	
3.1.1 Requisitos legales. La agencia de viajes que operara esta ruta deberá establecer mecanismos para identificar la legislación que es aplicable, hacer seguimiento al cumplimiento de estas y denunciar irregularidades ante las autoridades.	
3.1.2 Implementar un Sistema de gestión para la sostenibilidad que incluya:	
<ul style="list-style-type: none"> • Política de sostenibilidad • Programas de gestión para la sostenibilidad • Monitoreo y seguimiento • Gestión de proveedores • Definición de la responsabilidad y autoridad de las personas involucradas en el cumplimiento de esta norma. Informar y capacitar sobre su política y programas de sostenibilidad a los proveedores, prestadores de servicios turísticos y demás empresas. • Contar con declaraciones documentadas de una política, los objetivos, metas, programas de sostenibilidad y establecer control de los documentos vigente. • Adelantar continuamente acciones y estrategias encaminadas al mantenimiento y mejoramiento de su gestión en el ámbito de la sostenibilidad. 	
3.2 REQUISITOS ESPECÍFICOS	
3.2.1 Requisitos ambientales	3.2.1.1 Patrimonio natural. La agencia de viajes debe informar a sus proveedores y clientes acerca de la normatividad legal vigente en los destinos para evitar el tráfico ilegal de especies de flora y fauna, liderar, apoyar o promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas enfocadas a la prevención del tráfico ilícito de la misma, establecer un sistema para manejar de manera responsable la información acerca de los diferentes atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio natural del país y promover su visita, organizar, promover y operar productos y servicios turísticos, que no generen impactos negativos en el patrimonio natural.

	<p>3.2.1.2 Uso eficiente del agua. En sus instalaciones la agencia de viajes debe registrar y monitorear el consumo de agua periódicamente y fijar metas de manejo eficiente del recurso, desarrollar actividades de mantenimiento preventivo, para todos los equipos e instalaciones hidráulicas y sanitarias.</p> <p>3.2.1.3 Uso eficiente de la energía. En sus instalaciones la agencia de viajes debe: a) Llevar un registro de los consumos totales de energía y establecer metas de manejo eficiente del recurso. b) Desarrollar actividades de mantenimiento preventivo, para todos los equipos e instalaciones de las fuentes de energía.</p> <p>3.2.1.4 Gestión de residuos. En sus instalaciones la agencia de viajes debe: a) Llevar un registro de la cantidad mensual y tipo de residuos que genera. b) Implementar un programa de manejo integral de residuos, el cual debe ser conocido por empleados y clientes, que incluya minimización, reutilización, separación, reciclaje y disposición adecuada de los mismos.</p> <p>3.2.1.5 Material publicitario. La agencia de viajes debe imprimir no menos del 50 % de los materiales, incluyendo los de promoción e información, en papel con contenido de material reciclado, de acuerdo con la disponibilidad del mercado.</p>
<p>3.2.2 Requisitos Socioculturales</p>	<p>3.2.2.1 Patrimonio cultural. a) Cuando la agencia de viajes emplee en su decoración manifestaciones artísticas producidas y elaboradas en el ámbito local, regional o nacional, éstas deben utilizarse de manera responsable. b) La agencia de viajes debe establecer un sistema para manejar de manera respetuosa la información acerca de los diferentes atractivos y actividades relacionadas con el patrimonio cultural del país y promover su visita. c) La agencia de viajes debe liderar, apoyar o promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas enfocadas a la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales, teniendo en cuenta la reglamentación vigente. d) La agencia de viajes debe organizar, promover y operar productos y servicios turísticos, que no generen impactos negativos en el patrimonio cultural.</p>

	<p>3.2.2.2 Prevención contra la explotación y el comercio sexual con menores de edad relacionado con la actividad turística La agencia de viajes debe: a) Liderar, apoyar o promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas enfocadas a la prevención del comercio y explotación sexual con menores de edad, y denunciar los casos según la legislación vigente. b) Contar con un programa de capacitación para la prevención del comercio sexual con menores de edad, conforme a la legislación vigente dirigido a empleados y demás personal vinculado. c) Informar a sus proveedores sobre su compromiso con la prevención del comercio y explotación sexual con menores de edad a través del turismo.</p>
<p>3.2.3 REQUISITOS ECONÓMICOS</p>	<p>3.2.3.1 Contratación y generación de empleo. La agencia de viajes debe: a) Contratar personas naturales o jurídicas de los destinos que opera, en condiciones justas y equitativas de acuerdo con la disponibilidad del mercado. b) Apoyar la generación de empleo, en condiciones justas y equitativas, vinculando a las comunidades locales de manera directa. c) Promover la compra y el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por la comunidad local en los destinos que opera, de acuerdo con la disponibilidad del mercado. d) Promover la compra y el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por población vulnerable en los destinos que opera, siempre y cuando estos ofrezcan servicios turísticos. e) Evitar la explotación laboral infantil en los programas que diseña, opera, promociona o comercializa. f) Evitar ejercer discriminación de raza o género en los programas que diseña, opera, promociona o comercializa.</p> <p>3.2.3.2 Capacitación de las comunidades locales. La agencia de viajes debe apoyar el desarrollo de programas de capacitación a las comunidades de los destinos que opera.</p> <p>3.2.3.3 Beneficios indirectos. La agencia de viajes debe: a) Demostrar y promover una participación activa en las diferentes actividades sociales, recreativas o benéficas convocadas por organizaciones comunales o empresas locales. b) Utilizar, promover y apoyar la comercialización de artesanías y productos característicos de la región fabricados por personas o empresas locales, en condiciones comerciales justas.</p>

<p>3.3 OTROS REQUISITOS</p>	<p>3.3.1 Seguridad La agencia de viajes debe: a) Exigir a sus proveedores el cumplimiento de las normas de seguridad en la prestación del servicio. b) Ejecutar acciones prácticas para garantizar la seguridad de los clientes y empleados en sus instalaciones. c) Adelantar acciones, en los destinos que opera y comercializa, para garantizar la seguridad de los viajeros en la prestación de los servicios.</p>
------------------------------------	---

Fuente. (Norma Técnica Sectorial NTS TS 003)

Sin embargo, para que la ruta artesanal sea sostenible en el tiempo se deberán adelantar acciones, orientadas a partir de la información que arroje una línea base construida desde una batería mínima de indicadores de sostenibilidad turística, con al menos cinco indicadores por cada dimensión (ambiental, sociocultural y económica) y el contexto general de sostenibilidad, escogidos de acuerdo a la realidad del territorio, como más adelante se propone (Proyecto FNT-288-2014 “Diseño del producto turístico Cultura Sabanera, 2014).

Tabla 44. Propuesta de indicadores de sostenibilidad para la operación del proyecto

<p>BATERÍA PILOTO DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA</p>	
<p>1. Aspectos de Sostenibilidad General</p>	<p>1.1. Número de empresas turísticas que incumplen normativas legales relacionadas con la sostenibilidad / total de empresas que operan en el territorio.</p> <p>1.2. Existencia de acciones encaminadas a la sensibilización de la población local y los turistas hacia el turismo sostenible.</p> <p>1.3. Creación de una imagen de marca turística relacionada con el territorio y sus valores naturales y culturales, con un manejo responsable.</p> <p>1.4. Nivel de participación de las autoridades indígenas en las decisiones relacionadas con la visión de futuro, la planificación, gestión y desarrollo turístico en sus territorios.</p>

	1.5. Identificación de posibles conflictos en el uso del territorio.
2. Aspectos de Económicos de la Sostenibilidad.	2.1. Transferencia de recursos para turismo.
	2.2. Existencia de programas de sensibilización y capacitación dirigidos a la población local, relacionados con turismo.
	2.3. Número de personas de la población local vinculadas de manera directa en la prestación de servicios turísticos: artesanos, guías, orientadores, intérpretes, cocineros, etc.
	2.4. Existencia de actividades económicas tradicionales.
	2.5. Compra por parte de empresarios y turistas, de bienes y servicios elaborados y suministrados por las poblaciones locales, de acuerdo con su disponibilidad.
	2.6. Planes turísticos en ejecución.
3. Aspectos Socioculturales de la Sostenibilidad.	3.1. Existencia de programas de capacitación dirigidos a la población local para el mejoramiento o mantenimiento de la calidad artesanal.
	3.2. Existencia de eventos anuales de difusión de la cultura local.
	3.3. Existencia de comida autóctona.
	3.4. Existencia de asociaciones socio-culturales.
	3.5. Existencia de programas de desarrollo que involucren la promoción de actividades relacionadas con el turismo y que se ejecuten en el territorio.
4. Aspectos Ambientales de la Sostenibilidad.	4.1. Nivel de impacto de residuos sólidos generados por las comunidades.
	4.2. Existencia de prácticas sostenibles en el manejo de los residuos sólidos.
	4.3. Existencia de acciones encaminadas a la prevención de la contaminación acústica causada por la actividad turística en el territorio.

4.4. Metas de ampliación de cobertura de servicios públicos para la población local y nivel de ejecución de los programas.

Fuentes: Compilación propia a partir de indicadores del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Sancho et al (2007) citado de (Proyecto FNT-288-2014 “Diseño del producto turístico Cultura Sabanera, 2014)

Adicional a lo anterior es importante tener presente las capacidades de carga, en cuanto a factores de corrección, físicas, de visita, sociales, ambientales y biológicas. En éste caso, para el diseño técnico se tuvo presente que el ingreso para la interacción con el artesano, estuviese por grupos de diez turistas o visitantes, en cada módulo y con espacios adecuados para al menos dos con capacidad reducida.

Finalmente, un aspecto sensible en éste trabajo que debe ser especialmente atendido es el tema de creaciones colectivas, como el caso de las artesanías de semillas en Coveñas y en general para Sampués, Sincelejo, Morroa, deben ser considerado para apoyar con alta prioridad para evitar el riesgo y tensiones de las marcas colectivas y denominación de origen y la preservación de su valor para los artesanos y no hacia otros beneficiarios, esto desde el enfoque de Derechos Humanos.

8. CONCLUSIONES

La ruta artesanal “Huru”, construida desde las metodologías indicada por el ministerio, Szmulewicz, y con un influencia etnoturística (por la presencia de la etnia Zenú), posee también la aplicación de la interpretatividad, que según (Zamorano, 2012), tienen su esencia en el aprendizaje de enriquecimiento sociocultural, humanístico o la forma de actuar de las comunidades locales donde el observador o turista podrá crear focos de intereses emocionales o interpretativos, quedando incluido así, el hecho de permitir el encuentro de una autenticidad exótica para el turista, que busca signos, señales reconocibles para verificar sus imaginario (Bayona, 2015), así mismo a la luz de éste tipo de producto turístico, esta ruta puede tener en la experiencia cotidiana motivaciones variadas, que de acuerdo al estudio de la demanda fueron identificadas, esto permitió integrar la parte cultural con sol y playa en la ciudad de Coveñas.

Como la actividad artesanal es el centro del diseño de la ruta turística, se requiere comprender no solo sus orígenes sino sus cambios o evolución para poder validar su vigencia o no en el tiempo, así como los elementos de integración con el turista.

La caracterización de las asociaciones muestran su composición por integrantes de la etnia Zenú, madres cabeza de familia, desplazados y víctimas de la violencia; quienes en temas de capacitación han cursado la básica primaria, seguidos por la media de once grado, la básica secundaria incompleta y en menor escala los niveles técnico y profesional. El ingenio y la creatividad, son las variables que ha permitido incorporar cambios en los nuevos diseños, formas y tamaños en los objetos artesanales, esto ha incidido directamente en la mejora del producto elaborado y en menor proporción para el volumen de ventas.

Los años de experiencia, la calidad y el dominio de la técnica son los aspectos cruciales hacia la continuidad de esta labor. Algunos perciben la intervención capacitadores externos, como un elemento contraproducente, porque la transmisión del proceso y el conocimiento real de la técnica, no ha sido igual, e incluso con esas mediaciones el producto ha desmejorado.

La fase productiva de primer orden, por ejemplo labores de cosida de los productos en telas, o el trenzado, son los menores ingresos en la elaboración de la artesanía, la escasez de materia prima es creciente, debido a los costos y la falta de capital para el cultivo en la caña flecha.

Las condiciones económicas muestran ingresos muy por debajo de un sueldo mínimo constituyéndose en su mayor debilidad, aunado a la intermediación de la comercialización. Las asociaciones de poblaciones rurales, evidencian la carencia de algunos de los servicios públicos incluida el agua que reciben en carro tanque, así mismo el mal estado de las vías que les impide transportar sus productos.

Para la comercialización, medios de promoción y difusión, las técnicas usuales son voz a voz, catálogos, volantes, tarjetas de presentación, las ferias artesanales que han realizado en ciudades principales del país y en la escala regional, sin embargo sus mayores dificultades son el costo del stand para exhibición de producto y baja asistencia de compradores. El internet, whatsapp y facebook los utilizan en baja escala, es por ello que desconocen cómo llegar a los mercados, en consecuencia la comercialización hacia otros países es ocasional y sus ventas adicionalmente a su sitio de trabajo, suelen ser ambulante en la calle y plazas. En cuanto a la presentación comercial, algunos de los artesanos utilizan empaques especiales para el sombrero vueltaio.

Las dos asociaciones que se encuentran más estructuradas, son tenidas en cuenta por entidades del sector público. Aun cuando tienen claridad sobre la importancia de

Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



trabajar en comunidad, no todos los miembros se han apropiado de las ventajas del tipo de economía asociativa y sus implicaciones, existe poca capacitación en asuntos legales y en general para la asociatividad. El liderazgo está representado en las artesanas tradicionales. Las consideraciones anteriores, validan la importancia de generar proyectos de desarrollo social desde la comunidad, mediante una ruta turística, que además fortalezca la actividad artesanal, como opción de vida, y hacia el desarrollo de la conservación de la cultura, e identidad en la tradición del territorio Sucreño, estableciendo vínculos económicos y sociales entre artesanías y turismo, con metas claras sobre éste reto, que estaría acordes con lo mencionado por la Unesco y la visión de la OMT, quien afirma que *“la conjugación de lo pintoresco, del colorido local, vestigios del estilo de vida, en un producto turístico, pueden ampliar la competitividad, productiva o comercial”*.

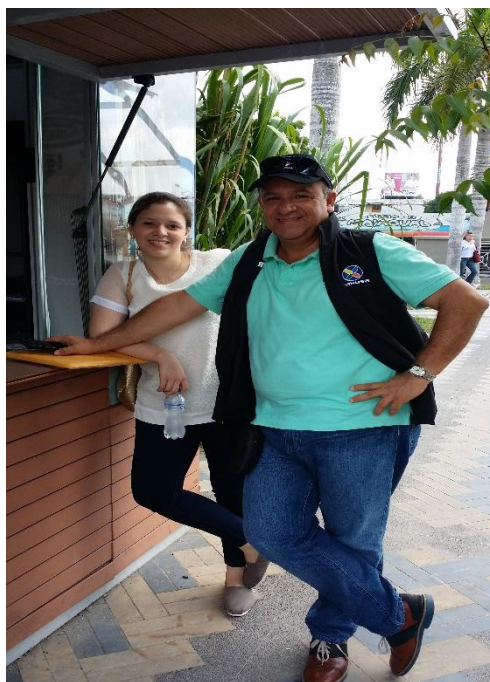
La ruta, por cubrir varios municipios de Sucre, tendría una visión holística, con un establecimiento de diálogo (puesto que así fue construida) y negociación entre todos los actores involucrados, buscando competitividad desde la colectividad. Por ello, es importante la estructura de éste producto, concertado con entidades públicas y privadas, con posibilidades de rentabilidad para operadores, agencias de viaje, hoteleros, restaurantes, capital humano relacionado con el turismo y complementarios, así como habilitar técnicamente los lugares por donde operara la ruta en búsqueda de una grata experiencia del turista, combinando el turismo cultural y de sol y playa en la ciudad de Coveñas.

Es importante el apoyo actual, aunque se hace en pequeña escala, del Ministerio de Cultura y de universidades, esto se debe fomentar y potencializar en aras de conservación de la tradición cultural, artesanal y de la puesta en valor de esta posible ruta.



ANEXOS

Anexo 1. Evidencias fotográficas del trabajo de campo de la investigación



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar

CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampués y Coveñas



Universidad
Tecnológica
de Bolívar


CARTAGENA DE INDIAS



ACREDITADA
INSTITUCIONALMENTE
Resolución MEN 1166 de 2011



Anexo 2. Encuesta de Artesanías de Colombia, utilizadas para caracterizar el sector artesanal asociativo

ARTESANÍAS DE COLOMBIA				 <small>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo artesanías de colombia</small>																				
SISTEMA DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL (SIEAA)																								
Confidencial: Los datos que se solicitan en este formulario son estrictamente confidenciales y en ningún caso tienen fines fiscales ni pueden utilizarse como prueba judicial (Ley 79 del 20 de octubre de 1993, Art. 5)				FORMULARIO No. :																				
I. IDENTIFICACIÓN Y LOCALIZACIÓN																								
A. Datos personales y ubicación																								
1.1 Nombre(s) y Apellido(s):		1.2 Tipo de identificación:																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Primer Nombre:</td> <td style="width: 50%;">Segundo Nombre:</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Primer Apellido:</td> <td>Segundo Apellido:</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	Primer Nombre:	Segundo Nombre:			Primer Apellido:	Segundo Apellido:			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>a. Cédula de ciudadanía</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>c. Tarjeta de identidad</td> <td>3 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Menor sin identificación</td> <td>5 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Cédula de extranjería o Pasaporte</td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> <td>d. Número Único de Identificación NUI</td> <td>4 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Adulto sin identificación</td> <td>6 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">Número de identificación: _____</p>				a. Cédula de ciudadanía	1 <input type="checkbox"/>	c. Tarjeta de identidad	3 <input type="checkbox"/>	e. Menor sin identificación	5 <input type="checkbox"/>	b. Cédula de extranjería o Pasaporte	2 <input type="checkbox"/>	d. Número Único de Identificación NUI	4 <input type="checkbox"/>	f. Adulto sin identificación	6 <input type="checkbox"/>
Primer Nombre:	Segundo Nombre:																							
Primer Apellido:	Segundo Apellido:																							
a. Cédula de ciudadanía	1 <input type="checkbox"/>	c. Tarjeta de identidad	3 <input type="checkbox"/>	e. Menor sin identificación	5 <input type="checkbox"/>																			
b. Cédula de extranjería o Pasaporte	2 <input type="checkbox"/>	d. Número Único de Identificación NUI	4 <input type="checkbox"/>	f. Adulto sin identificación	6 <input type="checkbox"/>																			
1.3 Fecha de nacimiento		1.4 Sexo:		1.5 ¿Cuál es su estado civil actual?																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">DD</td> <td style="width: 33%;">MM</td> <td style="width: 33%;">AAAA</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>		DD	MM	AAAA				a. Hombre 1 <input type="checkbox"/> b. Mujer 2 <input type="checkbox"/>		a. No está casado(a) y vive en pareja hace menos de dos años 1 <input type="checkbox"/> d. Separado(a) o divorciado(a) 4 <input type="checkbox"/> b. No está casado(a) y vive en pareja hace dos años o más 2 <input type="checkbox"/> e. Soltero(a) 5 <input type="checkbox"/> c. Viudo(a) 3 <input type="checkbox"/> f. Casado(a) 6 <input type="checkbox"/>														
DD	MM	AAAA																						
B. Lugar de nacimiento - ¿Cuál fue su lugar de nacimiento?																								
1.6 País	1.7 Departamento:	1.8 Municipio:	1.9 Zona:																					
			a. Urbano 1 <input type="checkbox"/>	c. Resguardo indígena 3 <input type="checkbox"/>	e. Territorios comunitarios 5 <input type="checkbox"/> g. Palenque 7 <input type="checkbox"/>																			
			b. Rural 2 <input type="checkbox"/>	d. Zona de reserva campesina 4 <input type="checkbox"/>	f. Kumpanias y comunidad 6 <input type="checkbox"/>																			
C. Lugar de residencia - ¿Cuál es su lugar de residencia actual?																								
1.10 Departamento:	1.11 Municipio:	1.12 Zona:																						
		a. Urbano 1 <input type="checkbox"/> c. Resguardo indígena 3 <input type="checkbox"/> e. Territorios comunitarios 5 <input type="checkbox"/> g. Palenque 7 <input type="checkbox"/> b. Rural 2 <input type="checkbox"/> d. Zona de reserva campesina 4 <input type="checkbox"/> f. Kumpanias y comunidad 6 <input type="checkbox"/>																						
1.13 Datos de contacto				1.14 ¿Cuántos años continuos lleva viviendo en el municipio de residencia actual?																				
a. Dirección		b. Teléfono fijo		c. Celular																				
				e. Correo electrónico																				
				_____ Años																				
1.15 ¿Antes de venir a vivir en este municipio, vivía en otro municipio o país?																								
Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 2.1)																								
a. País	a. Departamento:	b. Municipio:	c. Zona:																					
			a. Urbano 1 <input type="checkbox"/>	c. Resguardo indígena 3 <input type="checkbox"/>	e. Territorios comunitarios 5 <input type="checkbox"/> g. Palenque 7 <input type="checkbox"/>																			
			b. Rural 2 <input type="checkbox"/>	d. Zona de reserva campesina 4 <input type="checkbox"/>	f. Kumpanias y comunidad 6 <input type="checkbox"/>																			

II. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL ARTESANO Y SU GRUPO FAMILIAR																																			
A. Características sociodemográficas																																			
2.1 ¿De cuál de los siguientes grupos étnicos se considera usted?		2.2 ¿Pertenece a un grupo de población catalogado como vulnerable? Indique cuál?: (Opción múltiple)																																	
a. Indígena 1 <input type="checkbox"/> b. Gitano, Rom 2 <input type="checkbox"/> c. Raizal del archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina 3 <input type="checkbox"/> d. Palenquero de San Basilio 4 <input type="checkbox"/> e. Negro, mulato (afrodescendiente) 5 <input type="checkbox"/> f. De ninguno de los anteriores 6 <input type="checkbox"/>		a. Ninguno 1 <input type="checkbox"/> b. Madre / padre cabeza de familia 1 <input type="checkbox"/> c. Desplazados 1 <input type="checkbox"/> d. Víctimas de la violencia 1 <input type="checkbox"/> e. Jóvenes y adultos ilustrados 1 <input type="checkbox"/> f. Habitantes de frontera 1 <input type="checkbox"/>		g. Población indígena 1 <input type="checkbox"/> h. Población rural dispersa 1 <input type="checkbox"/> i. Adultos mayores en pobreza e indigencia 1 <input type="checkbox"/> j. Menores en riesgo social 1 <input type="checkbox"/> k. Persona en condición de discapacidad 1 <input type="checkbox"/> l. Otro 1 <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____																															
2.3 ¿Sabe leer y escribir?		2.4 ¿Cuál es su máximo nivel educativo alcanzado y el número de años aprobados en este nivel?																																	
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ítems</th> <th>Número de años</th> <th>Ítems</th> <th>Número de años</th> <th>Ítems</th> <th>Número de años</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Ninguno</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Media (de decimo a once)</td> <td>5 <input type="checkbox"/></td> <td>i. Universitaria Incompleta</td> <td>9 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Preescolar</td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Técnico</td> <td>6 <input type="checkbox"/></td> <td>j. Especialización, Maestría o doctorado</td> <td>10 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Básica primaria (de primero a quinto)</td> <td>3 <input type="checkbox"/></td> <td>g. Tecnológico</td> <td>7 <input type="checkbox"/></td> <td>k. No sabe, no informa</td> <td>11 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Básica secundaria (de sexto a noveno)</td> <td>4 <input type="checkbox"/></td> <td>h. Universitaria Completa</td> <td>8 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				Ítems	Número de años	Ítems	Número de años	Ítems	Número de años	a. Ninguno	1 <input type="checkbox"/>	e. Media (de decimo a once)	5 <input type="checkbox"/>	i. Universitaria Incompleta	9 <input type="checkbox"/>	b. Preescolar	2 <input type="checkbox"/>	f. Técnico	6 <input type="checkbox"/>	j. Especialización, Maestría o doctorado	10 <input type="checkbox"/>	c. Básica primaria (de primero a quinto)	3 <input type="checkbox"/>	g. Tecnológico	7 <input type="checkbox"/>	k. No sabe, no informa	11 <input type="checkbox"/>	d. Básica secundaria (de sexto a noveno)	4 <input type="checkbox"/>	h. Universitaria Completa	8 <input type="checkbox"/>		
Ítems	Número de años	Ítems	Número de años	Ítems	Número de años																														
a. Ninguno	1 <input type="checkbox"/>	e. Media (de decimo a once)	5 <input type="checkbox"/>	i. Universitaria Incompleta	9 <input type="checkbox"/>																														
b. Preescolar	2 <input type="checkbox"/>	f. Técnico	6 <input type="checkbox"/>	j. Especialización, Maestría o doctorado	10 <input type="checkbox"/>																														
c. Básica primaria (de primero a quinto)	3 <input type="checkbox"/>	g. Tecnológico	7 <input type="checkbox"/>	k. No sabe, no informa	11 <input type="checkbox"/>																														
d. Básica secundaria (de sexto a noveno)	4 <input type="checkbox"/>	h. Universitaria Completa	8 <input type="checkbox"/>																																
2.5 ¿En qué lengua se comunica habitualmente?		2.6 ¿Está afiliado (a) a alguna entidad de seguridad social en salud (incluido SISBEN)?		2.7 ¿A cuál de los siguientes regímenes de seguridad social en salud está afiliado(a)?																															
a. Español 1 <input type="checkbox"/> c. Lengua raizal 3 <input type="checkbox"/> b. Lengua indígena 2 <input type="checkbox"/> d. Otra 4 <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____		Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 2.8)		a. Contributivo (EPS) 1 <input type="checkbox"/> c. Especial o de excepción (Fuerzas Armadas, Ecopetrol, universidades públicas, Magisterio) 3 <input type="checkbox"/> b. Subsidiado (ARS) 2 <input type="checkbox"/> d. No sabe, no informa 4 <input type="checkbox"/>																															
B. Vivienda del artesano																																			
2.8 ¿En qué tipo de vivienda reside actualmente?		2.9 ¿La vivienda en la que actualmente reside es?		2.10 De cuántos cuartos o habitaciones dispone este hogar Incluyendo sala y comedor (NO tenga en cuenta cocina, baños, garajes y los cuartos destinados a negocio)																															
a. Casa 1 <input type="checkbox"/> d. Finca 4 <input type="checkbox"/> b. Apartamento 2 <input type="checkbox"/> e. Vivienda indígena 5 <input type="checkbox"/> c. Cuarto(s) en inquilinato 3 <input type="checkbox"/> f. Otro tipo (carpa, vagón, cambuche, embarcación, cueva, refugio natural) 6 <input type="checkbox"/>		a. Propia, totalmente pagada 1 <input type="checkbox"/> e. Posesión sin título (Ocupante de hecho) 5 <input type="checkbox"/> b. Propia, la están pagando 2 <input type="checkbox"/> f. Propiedad colectiva 6 <input type="checkbox"/> c. En arriendo o subarriendo 3 <input type="checkbox"/> g. Otra 7 <input type="checkbox"/> d. Con permiso del propietario (usufructo) 4 <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____		_____ Cuartos																															
2.11 ¿En cuántos de esos cuartos duermen las personas del hogar?		2.12 ¿Cuántas personas componen el hogar?		2.13 ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?																															
_____ Cuartos		_____ Personas		a. Acueducto público, comunal o veredal 1 <input type="checkbox"/> f. Gas natural conectado a red pública 1 <input type="checkbox"/> b. Agua en pila pública, carrotanque, aguatero, pozo, río, quebrada o manantial 1 <input type="checkbox"/> g. Teléfono fijo 1 <input type="checkbox"/> c. Alcantarillado 1 <input type="checkbox"/> h. Internet 1 <input type="checkbox"/> d. Energía eléctrica 1 <input type="checkbox"/> i. Ninguno 1 <input type="checkbox"/> e. Recolección de basuras 1 <input type="checkbox"/>																															

C. Caracterización del hogar

2.14 Datos del hogar

	1. (Jefe de Hogar)	2	3	4	5
Primer Nombre					
Segundo Nombre					
Primer Apellido					
Segundo apellido					
Parentesco con el jefe del hogar					
Tipo de identificación	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>
Número de identificación					
Sexo	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>
Año de nacimiento					
Está registrado en el SIEAA?	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>
Principal actividad económica	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>
Actualmente cuál es su ocupación principal?	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>
Genera ingreso para el hogar?	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>

..... Continuación

	6	7	8	9	10
Primer Nombre					
Segundo Nombre					
Primer Apellido					
Segundo apellido					
Parentesco con el jefe del hogar					
Tipo de Identificación	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>	a. Cédula de ciudadanía 1 <input type="checkbox"/> b. Cédula de extranjería o Pasaporte 2 <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de identidad 3 <input type="checkbox"/> d. Número Único de Identificación NUI 4 <input type="checkbox"/> e. Menor sin identificación 5 <input type="checkbox"/> f. Adulto sin identificación 6 <input type="checkbox"/>
Número de Identificación					
Sexo	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>	a. Masculino 1 <input type="checkbox"/> b. Femenino 2 <input type="checkbox"/>
Año de nacimiento					
Está registrado en el SIEAA?	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>	a. Si 1 <input type="checkbox"/> b. No 2 <input type="checkbox"/>
Principal actividad económica	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>	a. Elabora productos artesanales 1 <input type="checkbox"/> b. Elabora productos de arte manual 2 <input type="checkbox"/> c. Productor de materias primas 3 <input type="checkbox"/> d. Comercializador de materias primas 4 <input type="checkbox"/> e. Comercializador de producto fina 5 <input type="checkbox"/> f. Ninguna de las anteriores 6 <input type="checkbox"/>
Actualmente cuál es su ocupación principal?	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>	a. Empleado 1 <input type="checkbox"/> b. Independiente 2 <input type="checkbox"/> c. Ama de casa 3 <input type="checkbox"/> d. Estudiante 4 <input type="checkbox"/> e. Pensionado 5 <input type="checkbox"/> f. No ocupado 6 <input type="checkbox"/> g. Desempleado (si ha buscado empleo en el último mes) 7 <input type="checkbox"/>
Genera ingreso para el hogar?	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>	a. Permanentemente 1 <input type="checkbox"/> b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> c. No genera ingreso 3 <input type="checkbox"/>

2.15 ¿Cuánto es el ingreso TOTAL mensual de su hogar (teniendo en cuenta todos los aportantes)?

a. Menos de \$ 590.000 1 c. Entre \$ 1.000.001 y \$ 2.000.000 3

b. Entre \$590.001 y \$1.000.000 2 d. Más de \$2.000.000 4

2.16 ¿La principal fuente de ingresos del hogar proviene de la artesanía y del arte manual?:

Si 1 No

De qué actividad proviene? _____

2.17 ¿Del ingreso mensual del hogar, cuánto proviene de la actividad artesanal?

a. Menos de \$ 590.000 1 c. Entre \$ 1.000.001 y \$ 2.000.000 3

b. Entre \$590.001 y \$1.000.000 2 d. Más de \$2.000.000 4

2.18 ¿Cuál es la frecuencia del ingreso del hogar por su actividad artesanal?

a. Diario 1 b. Semanal 2 c. Quincenal 3 d. Mensual 4 e. Ocasional 5 f. Por temporadas

III. HISTORIA DE VIDA EN EL OFICIO

A. Antecedentes de la vida artesanal

3.1 ¿Se ocupaba en otra labor antes de dedicarse a la actividad artesanal?

Si 1 ¿Cuál? _____

No 2

B. Características del oficio

3.2 Actualmente su actividad económica es:

a. Elabora productos artesanales 1 d. Comercializador de materias primas. 1 → (Pase a 4.1)

b. Elabora productos de arte manual 1 e. Comercializador de producto final 1 → (Pase a 4.1)

c. Produce materias primas 1

3.3 ¿Qué oficios desempeña principalmente en su actividad artesanal? Para cada uno de los oficios consigne cuánto tiempo en años lleva desempeñándolo y cuántas horas le dedica a la semana?

Oficios Principales (Consultar listado)	Número de años en el oficio	Número de horas a la semana
a.		
b.		
c.		

3.4 ¿Cómo aprendió el oficio de mayor antigüedad?

a. Autodidacta 1 f. A través de proyectos de promoción de la actividad artesanal 6

b. Le enseñó alguien de su familia 2 g. A través de un programa o proyecto de política pública (políticas de desplazados, red juntos, etc.) 7

c. Aprendió en otro taller 3 h. Profesional en carreras afines 8

d. Aprendió con artesanos 4 i. Otro 9

e. Capacitación en alguna institución 5 ¿Cuál? _____

C. Nivel de destreza

3.5 En el oficio es reconocido de acuerdo con su habilidad como:

- a. Maestro artesano 1
- b. Instructor 2
- c. Oficial 3
- d. Aprendiz 4
- e. No sabe 5
- f. No aplica 6

→ (Pase a 3.8)

3.6 Esa calificación es otorgada o reconocida por

- a. Por su familia 1
 - b. Artesanos 1
 - c. Artesanías de Colombia 1
 - d. Los clientes 1
 - e. Otro 1
- Cuál? _____

3.7 ¿Qué aspectos se han tenido en cuenta para el reconocimiento de su habilidad en el oficio? (Opción múltiple)

- a. Los años de experiencia 1
 - b. El conocimiento y dominio del oficio y la técnica 1
 - c. La enseñanza o transmisión del oficio 1
 - d. La calidad del trabajo que realiza 1
 - e. La tradición familiar 1
 - f. La conservación cultural 1
 - g. Por el tipo de producto elaborado 1
 - h. Por el rol o labor que desempeña en el taller 1
 - i. Los premios o reconocimientos recibidos por sus productos 1
 - j. Por el precio del producto 1
 - k. Otro 1
- ¿Cuál? _____

D. Capacitación y actualización en el oficio

3.8 ¿Cómo se actualiza o capacita en su oficio?

- a. No se actualiza 1 → (Pase a 3.10)
 - b. Capacitación formal 1
 - c. Talleres o clases informales 1
 - d. Trabajo con artesanos 1
 - e. Consulta de textos 1
 - f. Internet 1
 - g. Observando el trabajo de otros en los eventos feriales 1
 - h. Otro 1
- ¿Cuál? _____

3.9 En los últimos tres años, ha asistido a un evento de capacitación formal para mejorar el desempeño de su oficio? Indique cuál o ninguna dado el caso

Ítems	Asistió	Tiene certificación / diploma		Nombre de la Institución que la otorga
		Si	No	
a. Cursos de capacitación del Sena	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
b. Curso de Certificado de competencia laboral del SENA	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
c. Talleres ofrecidos por Artesanías de Colombia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
d. Talleres de aprendizaje ofrecidos por otra entidad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
e. Cursos de aprendizaje	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
f. Diplomados	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
g. Seminarios de aprendizaje	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
h. Educación técnica o tecnológica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
i. Estudios de posgrado en educación superior	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
j. Otro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	
¿Cuál? _____				
k. Ninguno	<input type="checkbox"/> 1			

E. Premios y reconocimientos por el oficio

3.10 ¿En el tiempo que lleva desempeñando su oficio ha recibido algún premio o reconocimiento por su actividad?

- Si 1 Cuál? _____
- No 2

IV. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA Y PRODUCTIVA

A. Actividad económica

<p>4.1 En su actividad artesanal principalmente usted se dedica a:</p> <p>a. Producción y/o elaboración de materias primas 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Elaboración de productos terminados 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Elaboración de productos no terminados 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. La prestación de servicios adicionales (costura, tejido, decoración, empaque, embalaje, etc.) 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Realización de una tarea específica en la elaboración del producto 1 <input type="checkbox"/></p> <p>f. La coordinación del proceso productivo 1 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Otra, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.2 Actualmente en el desempeño de su oficio usted es:</p> <p>a. Trabajador independiente 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Empleado formal (contrato y prestaciones) 2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Empleado informal 3 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Trabajador familiar 4 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Miembro o socio de un taller comunitario 5 <input type="checkbox"/></p> <p>f. Miembro o socio de una organización comunitaria 6 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Microempresario 7 <input type="checkbox"/></p> <p>h. Otra, ¿Cuál? 8 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.3 Actualmente la mayor parte de su ingreso es generado por la elaboración de productos artesanales o arte manual?</p> <p style="text-align: right;"><input type="checkbox"/> Sí 1 <input type="checkbox"/> No 2</p>
--	---	--

<p>4.4 De cuánto es su ingreso promedio mensual del último año, generado únicamente por esta actividad artesanal</p> <p>a. Menos de \$ 590.000 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Entre más de \$590.000 y \$1.000.000 2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Entre más de \$1.000.000 y \$ 2.000.000 3 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Más de \$2.000.000 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.5 ¿Además de los oficios referenciado, a qué otra actividad se dedica actualmente?</p> <p>a. Agricultura 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Ganadería (pastoreo y/o especies menores) 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Minería 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Comercio de productos no artesanales 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Servicios 1 <input type="checkbox"/></p> <p>f. Otra, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Ninguna 1 <input type="checkbox"/></p>
---	---

B. Características del taller o del lugar de trabajo Si su actividad es comercializador (contestó en 3.2 d o 3.2e) Pase a 4.41

<p>4.6 ¿En qué lugar realiza usualmente las actividades relacionadas con su oficio?</p> <p>a. Local independiente 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Lugar exclusivo dentro de la vivienda 2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. En cualquier lugar de la vivienda 3 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Trabaja mientras desarrolla otras actividades 4 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Un espacio comunitario fuera de la vivienda con paredes y techo 5 <input type="checkbox"/></p> <p>f. Parcela de producción de materia prima 6 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;">} (Pase a 4.10)</p>	<p>4.7 ¿Cuál es el área o tamaño aproximado de su lugar de trabajo?</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Área del taller</th> <th colspan="2">Área de la parcela de producción de materia prima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Menos de 10 mts²</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>a. Menos de ½ HA</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Entre 10 y 50 mts²</td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> <td>b. Entre ½ y 1 Ha</td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Más de 50 mts²</td> <td>3 <input type="checkbox"/></td> <td>c. Más de 1 Ha</td> <td>3 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. No Sabe/ No responde</td> <td>4 <input type="checkbox"/></td> <td>d. No Sabe/ No responde</td> <td>4 <input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>	Área del taller		Área de la parcela de producción de materia prima		a. Menos de 10 mts ²	1 <input type="checkbox"/>	a. Menos de ½ HA	1 <input type="checkbox"/>	b. Entre 10 y 50 mts ²	2 <input type="checkbox"/>	b. Entre ½ y 1 Ha	2 <input type="checkbox"/>	c. Más de 50 mts ²	3 <input type="checkbox"/>	c. Más de 1 Ha	3 <input type="checkbox"/>	d. No Sabe/ No responde	4 <input type="checkbox"/>	d. No Sabe/ No responde	4 <input type="checkbox"/>
Área del taller		Área de la parcela de producción de materia prima																			
a. Menos de 10 mts ²	1 <input type="checkbox"/>	a. Menos de ½ HA	1 <input type="checkbox"/>																		
b. Entre 10 y 50 mts ²	2 <input type="checkbox"/>	b. Entre ½ y 1 Ha	2 <input type="checkbox"/>																		
c. Más de 50 mts ²	3 <input type="checkbox"/>	c. Más de 1 Ha	3 <input type="checkbox"/>																		
d. No Sabe/ No responde	4 <input type="checkbox"/>	d. No Sabe/ No responde	4 <input type="checkbox"/>																		

<p>4.8 El lugar donde trabaja cuenta con los servicios de:</p> <p>a. Acueducto público, comunal o veredal 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Agua en pila pública, carrotanque, aguatero, pozo, río, quebrada o manantial 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Alcantarillado 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Energía eléctrica 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Recolección de basuras 1 <input type="checkbox"/></p> <p>f. Gas natural conectado a red pública 1 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Teléfono fijo 1 <input type="checkbox"/></p> <p>h. Internet 1 <input type="checkbox"/></p> <p>i. Ninguno 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.9 El lugar donde realiza las actividades relacionadas con su oficio es:</p> <p>a. Propio 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Propiedad familiar 2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. En arriendo 3 <input type="checkbox"/></p> <p>d. En préstamo 4 <input type="checkbox"/></p> <p>e. En usufructo o permiso del dueño 5 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Propiedad comunitaria 5 <input type="checkbox"/></p> <p>f. De un artesano dueño del taller 6 <input type="checkbox"/></p> <p>g. De un dueño de taller no artesano 7 <input type="checkbox"/></p> <p>h. Otro, ¿Cuál? 8 <input type="checkbox"/></p>
---	--

C. Mano de obra del taller

4.10 ¿Quiénes trabajan con usted en su lugar de trabajo?

- a. Usted es la única persona 1 → (Pase a 4.12)
- b. Su familia 1
- c. Otras familias 1
- d. Otros artesanos 1
- e. Empleados 1

4.11 Indique cuántas personas trabajan con usted en el taller o local con la siguiente desagregación? (Inclúyase Usted en todas las cuentas)

Forma de pago	Número de Personas			Total
	Hombres	Mujeres		
a. Que reciben pago en dinero				
b. Que reciben pago en especie				
c. Reciben pago en dinero y en especie				
d. Sin remuneración				
Subtotal				
e. Menores de edad				
Tipo de vinculación	f. Que trabajan durante todo el año			
	g. Que trabajan por temporadas			

4.12. La mayor parte del proceso que aplica para la elaboración de sus productos es :

- a. Solamente a mano 1
- b. A mano con herramientas 1
- c. Con apoyo de máquinas simples 1
- d. Con apoyo de maquinaria con motor 1

4.13. Subcontrata una parte del proceso para la elaboración de sus productos

- Si 1
- No 2

D. Herramientas y maquinaria

Según sea el caso , indique tres herramientas que más utiliza en el proceso de elaboración de sus productos e indique, como las adquiere y cada cuanto las renueva

Tipo de herramienta	Herramienta	Cómo las adquiere?							Cada cuánto las renueva?				
		La fábrica usted mismo	Las compra	Las alquila	Son Prestadas	Son adquiridas por la asociación o la organización	Se las proporcionó Artesanías de Colombia	Otra forma de adquirirlas	Cada mes	Cada tres meses	Cada año	Más de cinco años	No renueva
4.14 Herramientas Manuales (aquellas que se manejan directamente con la mano y no requieren motor)	a.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
	b.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
	c.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.15 Maquinaria simple (aquella que no requiere motor pero están puestas en una superficie fija. Ej. Tornos, hornos, máquinas de coser, telares)	a.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
	b.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
	c.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4.16 Maquinaria con motor	a.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
	b.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
	c.	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

E. Caracterización del producto																																																						
<p>4.17 Enumere los 3 productos principales que elabora?</p> <p>a. _____</p> <p>b. _____</p> <p>c. _____</p>	<p>4.18 Cuáles son las principales técnicas o procesos utilizados para la elaboración de sus productos? **</p> <p>a. _____</p> <p>b. _____</p> <p>c. _____</p>	<p>4.19 En cuál de las siguientes líneas se clasifican sus productos?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. Mobiliario</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>h. Escultura</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Textiles y ropa</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>i. Arte funcional</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Artículos para el hogar</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>j. Joyería</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Decoración</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>k. Calzado</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e. Bisutería</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>l. Otro. ¿Cuál?</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>f. Juegos</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>g. Accesorios</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	a. Mobiliario	1 <input type="checkbox"/>	h. Escultura	1 <input type="checkbox"/>	b. Textiles y ropa	1 <input type="checkbox"/>	i. Arte funcional	1 <input type="checkbox"/>	c. Artículos para el hogar	1 <input type="checkbox"/>	j. Joyería	1 <input type="checkbox"/>	d. Decoración	1 <input type="checkbox"/>	k. Calzado	1 <input type="checkbox"/>	e. Bisutería	1 <input type="checkbox"/>	l. Otro. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>	f. Juegos	1 <input type="checkbox"/>			g. Accesorios	1 <input type="checkbox"/>																										
a. Mobiliario	1 <input type="checkbox"/>	h. Escultura	1 <input type="checkbox"/>																																																			
b. Textiles y ropa	1 <input type="checkbox"/>	i. Arte funcional	1 <input type="checkbox"/>																																																			
c. Artículos para el hogar	1 <input type="checkbox"/>	j. Joyería	1 <input type="checkbox"/>																																																			
d. Decoración	1 <input type="checkbox"/>	k. Calzado	1 <input type="checkbox"/>																																																			
e. Bisutería	1 <input type="checkbox"/>	l. Otro. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																																																			
f. Juegos	1 <input type="checkbox"/>																																																					
g. Accesorios	1 <input type="checkbox"/>																																																					
<p>4.20 El diseño de los productos es</p> <table border="0"> <tr> <td>a. Creación propia</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Sugerencias del cliente</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Busca en libros y revistas</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Sugerencias de un diseñador</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Busca en bibliotecas</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>g. Búsqueda en internet</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Diseño de artesanos</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>h. Otra. ¿Cuál?</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	a. Creación propia	1 <input type="checkbox"/>	e. Sugerencias del cliente	1 <input type="checkbox"/>	b. Busca en libros y revistas	1 <input type="checkbox"/>	f. Sugerencias de un diseñador	1 <input type="checkbox"/>	c. Busca en bibliotecas	1 <input type="checkbox"/>	g. Búsqueda en internet	1 <input type="checkbox"/>	d. Diseño de artesanos	1 <input type="checkbox"/>	h. Otra. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>	<p>4.21 Su producto cuenta con alguno de los siguientes signos distintivos y/o certificaciones?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. Denominación de origen</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Marca de certificación</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Marca colectiva</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>g. No tiene</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Marca registrada ante la Cámara de Comercio</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>h. No aplica</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Certificación de calidad hecho a mano</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>e. Registro de derechos de autor</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p style="text-align: right;">→ (Pase a 4.23)</p>	a. Denominación de origen	1 <input type="checkbox"/>	f. Marca de certificación	1 <input type="checkbox"/>	b. Marca colectiva	1 <input type="checkbox"/>	g. No tiene	1 <input type="checkbox"/>	c. Marca registrada ante la Cámara de Comercio	1 <input type="checkbox"/>	h. No aplica	1 <input type="checkbox"/>	d. Certificación de calidad hecho a mano	1 <input type="checkbox"/>			e. Registro de derechos de autor	1 <input type="checkbox"/>			<p>4.22 ¿En su opinión, cuál es la principal ventaja de tener el signo distintivo y/o certificación?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. Acceso a nuevos mercados y clientela</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Imagen y reputación</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Mayores precios</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Otra. ¿Cuál?</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Aumento en las ventas</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>d. Posibilidad de exportar</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>g. No percibe ninguna ventaja</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	a. Acceso a nuevos mercados y clientela	1 <input type="checkbox"/>	e. Imagen y reputación	1 <input type="checkbox"/>	b. Mayores precios	1 <input type="checkbox"/>	f. Otra. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>	c. Aumento en las ventas	1 <input type="checkbox"/>			d. Posibilidad de exportar	1 <input type="checkbox"/>	g. No percibe ninguna ventaja	1 <input type="checkbox"/>
a. Creación propia	1 <input type="checkbox"/>	e. Sugerencias del cliente	1 <input type="checkbox"/>																																																			
b. Busca en libros y revistas	1 <input type="checkbox"/>	f. Sugerencias de un diseñador	1 <input type="checkbox"/>																																																			
c. Busca en bibliotecas	1 <input type="checkbox"/>	g. Búsqueda en internet	1 <input type="checkbox"/>																																																			
d. Diseño de artesanos	1 <input type="checkbox"/>	h. Otra. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																																																			
a. Denominación de origen	1 <input type="checkbox"/>	f. Marca de certificación	1 <input type="checkbox"/>																																																			
b. Marca colectiva	1 <input type="checkbox"/>	g. No tiene	1 <input type="checkbox"/>																																																			
c. Marca registrada ante la Cámara de Comercio	1 <input type="checkbox"/>	h. No aplica	1 <input type="checkbox"/>																																																			
d. Certificación de calidad hecho a mano	1 <input type="checkbox"/>																																																					
e. Registro de derechos de autor	1 <input type="checkbox"/>																																																					
a. Acceso a nuevos mercados y clientela	1 <input type="checkbox"/>	e. Imagen y reputación	1 <input type="checkbox"/>																																																			
b. Mayores precios	1 <input type="checkbox"/>	f. Otra. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																																																			
c. Aumento en las ventas	1 <input type="checkbox"/>																																																					
d. Posibilidad de exportar	1 <input type="checkbox"/>	g. No percibe ninguna ventaja	1 <input type="checkbox"/>																																																			

F. Materias primas																																		
<p>4.23 ¿Qué tipo de materias primas utiliza en la elaboración del producto?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. De origen vegetal</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>d. Sintéticas</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. De origen animal</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Recicladas</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. De origen mineral</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Otra. ¿Cuál?</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	a. De origen vegetal	1 <input type="checkbox"/>	d. Sintéticas	1 <input type="checkbox"/>	b. De origen animal	1 <input type="checkbox"/>	e. Recicladas	1 <input type="checkbox"/>	c. De origen mineral	1 <input type="checkbox"/>	f. Otra. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>	<p>4.24 Señale las 3 materias primas más importantes que utiliza en su actividad</p> <p>a. _____</p> <p>b. _____</p> <p>c. _____</p>	<p>4.25 ¿En el último año, cómo consiguió principalmente la materia prima?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. La recoge en el campo o medio natural.</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>f. La compra directamente al que la produce o trae</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Usted mismo las produce</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>g. La compra a una cooperativa</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Las compra a otro artesano</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>h. La compra a una asociación de artesanos</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Las compra a un comerciante o intermediario</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>i. Otro. ¿Cuál?</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e. Las compra en el mercado de su localidad</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	a. La recoge en el campo o medio natural.	1 <input type="checkbox"/>	f. La compra directamente al que la produce o trae	1 <input type="checkbox"/>	b. Usted mismo las produce	1 <input type="checkbox"/>	g. La compra a una cooperativa	1 <input type="checkbox"/>	c. Las compra a otro artesano	1 <input type="checkbox"/>	h. La compra a una asociación de artesanos	1 <input type="checkbox"/>	d. Las compra a un comerciante o intermediario	1 <input type="checkbox"/>	i. Otro. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>	e. Las compra en el mercado de su localidad	1 <input type="checkbox"/>		
a. De origen vegetal	1 <input type="checkbox"/>	d. Sintéticas	1 <input type="checkbox"/>																															
b. De origen animal	1 <input type="checkbox"/>	e. Recicladas	1 <input type="checkbox"/>																															
c. De origen mineral	1 <input type="checkbox"/>	f. Otra. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																															
a. La recoge en el campo o medio natural.	1 <input type="checkbox"/>	f. La compra directamente al que la produce o trae	1 <input type="checkbox"/>																															
b. Usted mismo las produce	1 <input type="checkbox"/>	g. La compra a una cooperativa	1 <input type="checkbox"/>																															
c. Las compra a otro artesano	1 <input type="checkbox"/>	h. La compra a una asociación de artesanos	1 <input type="checkbox"/>																															
d. Las compra a un comerciante o intermediario	1 <input type="checkbox"/>	i. Otro. ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																															
e. Las compra en el mercado de su localidad	1 <input type="checkbox"/>																																	
<p>4.26 En el último año, en qué región o lugar compra principalmente la materia prima que utiliza para la elaboración de sus productos?</p> <p>Localmente</p> <p>1 <input type="checkbox"/></p> <p>Otro Municipio. Cuál?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> _____</p> <p>Otro Departamento. Cuál?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> _____</p> <p>Otro país. Cuál?</p> <p>1 <input type="checkbox"/> _____</p> <p>d. En qué zona :</p> <table border="0"> <tr> <td>a. Urbano</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>d. Zona de reserva campesina</td> <td>4 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Rural</td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Zona de frontera</td> <td>5 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Resguardo Indígena</td> <td>3 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	a. Urbano	1 <input type="checkbox"/>	d. Zona de reserva campesina	4 <input type="checkbox"/>	b. Rural	2 <input type="checkbox"/>	e. Zona de frontera	5 <input type="checkbox"/>	c. Resguardo Indígena	3 <input type="checkbox"/>			<p>4.27 En el último año, ¿cómo adquirió la materia prima o material?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. Al por mayor o en grandes cantidades</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Al detal o en pequeñas cantidades</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Recolecta toda la materia prima</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	a. Al por mayor o en grandes cantidades	1 <input type="checkbox"/>	b. Al detal o en pequeñas cantidades	1 <input type="checkbox"/>	c. Recolecta toda la materia prima	1 <input type="checkbox"/>	<p>4.28 En el último año, ¿cada cuánto tiempo compró o recolectó la materia prima?</p> <table border="0"> <tr> <td>a. De manera permanente</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>d. Cuando se prepara para una feria o evento de comercialización</td> <td>4 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. No tiene un tiempo determinado para obtenerlas</td> <td>2 <input type="checkbox"/></td> <td>e. Otra. ¿Cuál?</td> <td>5 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Por temporadas</td> <td>3 <input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	a. De manera permanente	1 <input type="checkbox"/>	d. Cuando se prepara para una feria o evento de comercialización	4 <input type="checkbox"/>	b. No tiene un tiempo determinado para obtenerlas	2 <input type="checkbox"/>	e. Otra. ¿Cuál?	5 <input type="checkbox"/>	c. Por temporadas	3 <input type="checkbox"/>				
a. Urbano	1 <input type="checkbox"/>	d. Zona de reserva campesina	4 <input type="checkbox"/>																															
b. Rural	2 <input type="checkbox"/>	e. Zona de frontera	5 <input type="checkbox"/>																															
c. Resguardo Indígena	3 <input type="checkbox"/>																																	
a. Al por mayor o en grandes cantidades	1 <input type="checkbox"/>																																	
b. Al detal o en pequeñas cantidades	1 <input type="checkbox"/>																																	
c. Recolecta toda la materia prima	1 <input type="checkbox"/>																																	
a. De manera permanente	1 <input type="checkbox"/>	d. Cuando se prepara para una feria o evento de comercialización	4 <input type="checkbox"/>																															
b. No tiene un tiempo determinado para obtenerlas	2 <input type="checkbox"/>	e. Otra. ¿Cuál?	5 <input type="checkbox"/>																															
c. Por temporadas	3 <input type="checkbox"/>																																	

<p>4.29 ¿En el último año, en qué forma pagó las materias primas y materiales que adquirió?</p> <p>a. En efectivo (de contado) <input type="checkbox"/> e. Con el producto <input type="checkbox"/> b. A crédito <input type="checkbox"/> f. Con mano de obra <input type="checkbox"/> c. A crédito en especie <input type="checkbox"/> g. No compra materias primas <input type="checkbox"/> d. En especie <input type="checkbox"/> h. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/></p> <p>_____</p>	<p>4.30 ¿Usualmente, cómo transporta la materia prima a su sitio de trabajo?</p> <p>a. A pie <input type="checkbox"/> e. Se lo envía el proveedor <input type="checkbox"/> b. En transporte propio <input type="checkbox"/> f. No transporta materia prima <input type="checkbox"/> c. En transporte alquilado <input type="checkbox"/> g. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/> d. En transporte público <input type="checkbox"/> _____</p>	<p>4.31 ¿Cuáles son las tres principales dificultades que tiene para acceder a las materias primas o materiales?</p> <p>a. Escasez de la materia prima <input type="checkbox"/> h. La falta de dinero <input type="checkbox"/> b. No se consigue en cantidad suficiente <input type="checkbox"/> i. La falta de crédito <input type="checkbox"/> c. Los costos del material <input type="checkbox"/> j. Pocos proveedores <input type="checkbox"/> d. La mala calidad del material <input type="checkbox"/> k. Escasa información sobre precios <input type="checkbox"/> e. La falta de selección del material <input type="checkbox"/> l. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/> f. Dificultades en el transporte <input type="checkbox"/> _____ g. Los intermediarios <input type="checkbox"/> m. Ninguna <input type="checkbox"/></p>
<p>4.32 Por las condiciones en que realiza el oficio, ¿qué porcentaje de las materias primas utilizadas son sobrantes?</p> <p>a. Menos del 5% <input type="checkbox"/> b. Entre 6% y 20% <input type="checkbox"/> c. Entre 21% y 50% <input type="checkbox"/> d. Más del 50% <input type="checkbox"/></p>	<p>4.33 En el último año ha reemplazado o ha dejado de utilizar alguna de las materias primas que utilizaba con frecuencia?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.35)</p>	<p>4.34 Indique las razones por las que reemplazó o dejó de utilizar esas materias primas?</p> <p>a. Se volvió difícil de conseguir <input type="checkbox"/> e. Dejó de fabricar el producto que hacía con esa materia prima <input type="checkbox"/> b. Se volvió muy cara <input type="checkbox"/> f. Representaba riesgo para la salud <input type="checkbox"/> c. Al reemplazarla mejoró la calidad o el diseño del producto <input type="checkbox"/> g. Generaba muchos sobrantes <input type="checkbox"/> d. Pasó de moda usarla y ahora se usa otra materia prima diferente <input type="checkbox"/> h. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/></p>
G. Innovación y desarrollo		
<p>4.35 En los últimos tres años, ha realizado desarrollos o cambios en la elaboración de su producto en</p> <p>a. Las técnicas o prácticas de producción <input type="checkbox"/> f. En los empaques <input type="checkbox"/> b. En los materiales <input type="checkbox"/> g. Otro aspecto, ¿Cuál? <input type="checkbox"/> c. En el diseño de los productos <input type="checkbox"/> _____ d. En los acabados <input type="checkbox"/> e. En las herramientas y maquinarias <input type="checkbox"/> h. Ninguno (Pase a 4.41) <input type="checkbox"/></p>	<p>4.36 Por qué razón incorporó cambios en su proceso de elaboración del producto?</p> <p>a. Mejorar el producto <input type="checkbox"/> e. Aumentar la capacidad de producción <input type="checkbox"/> b. Mejorar las ventas <input type="checkbox"/> f. Reducir los costos <input type="checkbox"/> c. Mejorar los ingresos <input type="checkbox"/> g. Reducir riesgos de contaminación <input type="checkbox"/> d. El interés de mejorar el negocio <input type="checkbox"/> h. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/></p>	<p>4.37 ¿Los cambios o desarrollos le han permitido generar un producto completamente nuevo?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>4.38 ¿En qué aspectos del producto elaborado y/o fases de la comercialización se han incorporado los cambios?</p> <p>a. El conocimiento y creación individual del artesano <input type="checkbox"/> h. En los usos del producto <input type="checkbox"/> b. El conocimiento sobre las materias primas y el producto <input type="checkbox"/> i. En el procedimiento (proceso) de elaboración del producto <input type="checkbox"/> c. En la identificación e incorporación de nuevas materias primas <input type="checkbox"/> j. Diversificación de la producción <input type="checkbox"/> d. En el uso de nuevas herramientas <input type="checkbox"/> k. Cambios en las líneas de producto <input type="checkbox"/> e. En el uso de nueva maquinaria <input type="checkbox"/> l. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/> f. En la incorporación y variedad de nuevos diseños <input type="checkbox"/> _____ g. En las formas y tamaños del producto <input type="checkbox"/> m. Ninguna <input type="checkbox"/></p>	<p>4.39 En los últimos tres años, los cambios o desarrollos incorporados han mejorado: (Opción múltiple 3 máx.)</p> <p>a. El producto elaborado <input type="checkbox"/> f. El número de clientes <input type="checkbox"/> b. Las prácticas o formas de hacer los productos artesanales o de arte manual <input type="checkbox"/> g. Los ingresos de la familia <input type="checkbox"/> c. Los costos de producción de los productos elaborados <input type="checkbox"/> h. El nivel de participación en eventos feriales <input type="checkbox"/> d. El volumen de venta de los productos <input type="checkbox"/> i. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/> e. El precio pagado por los clientes o compradores <input type="checkbox"/> _____</p>	

<p>4.40 ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvo que enfrentar para lograr los desarrollos o cambios en la elaboración de su producto?</p> <p>a. Falta de conocimiento <input type="checkbox"/></p> <p>b. Falta de dinero <input type="checkbox"/></p> <p>c. Limitaciones en el espacio del taller <input type="checkbox"/></p> <p>d. Dificultades para comercializar el producto <input type="checkbox"/></p> <p>e. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p> <p>f. Ninguna <input type="checkbox"/></p>		<p>OBSERVACIONES</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>H. Comercialización productos</p>		
<p>4.41 ¿Cómo realiza habitualmente la venta de sus productos?</p> <p>a. Vende directamente al consumidor final <input type="checkbox"/></p> <p>b. A través de un intermediario <input type="checkbox"/></p> <p>c. Mediante una Organización de Artesanos <input type="checkbox"/></p> <p>d. A una empresa comercializadora <input type="checkbox"/></p> <p>e. En consignación <input type="checkbox"/></p> <p>f. Puntos de venta <input type="checkbox"/></p> <p>g. Otro tipo de organización <input type="checkbox"/></p> <p>h. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p>		<p>4.42 ¿Cuál es el intermediario al que más recurre para vender su producción?</p> <p>a. Almacenes de artesanías <input type="checkbox"/></p> <p>b. Artesanos comerciantes <input type="checkbox"/></p> <p>c. Puestos de venta en plazas de mercado <input type="checkbox"/></p> <p>d. Puestos de venta en ferias artesanales <input type="checkbox"/></p> <p>e. Asociaciones de Artesanos <input type="checkbox"/></p> <p>f. Otras Asociaciones <input type="checkbox"/></p> <p>g. Ninguno <input type="checkbox"/></p> <p>h. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p>
<p>4.43 El volumen de producto para la venta ¿depende de?:</p> <p>a. Pedidos y/o encargos <input type="checkbox"/></p> <p>b. Lo que se está vendiendo <input type="checkbox"/></p> <p>c. Lo que espera vender <input type="checkbox"/></p> <p>d. Lo que produce para las temporadas <input type="checkbox"/></p> <p>e. De lo que puede producir <input type="checkbox"/></p> <p>f. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p>	<p>4.44 Vende productos de otros artesanos?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>4.45 ¿Cuáles son sus dos principales destinos de venta?</p> <p>a. El mercado de su localidad o municipio <input type="checkbox"/></p> <p>b. Otros municipios del departamento <input type="checkbox"/></p> <p>c. La capital del departamento <input type="checkbox"/></p> <p>d. Otros departamentos <input type="checkbox"/></p> <p>e. La capital del país <input type="checkbox"/></p> <p>f. Fuera del país <input type="checkbox"/></p>
<p>4.46 El lugar o sitio en el que vende la mayor parte de su producción es:</p> <p>a. La vivienda <input type="checkbox"/></p> <p>b. El taller en el que labora <input type="checkbox"/></p> <p>c. Un almacén especializado para ello <input type="checkbox"/></p> <p>d. La calle/ambulante <input type="checkbox"/></p> <p>e. Las ferias municipales <input type="checkbox"/></p> <p>f. Las ferias regulares en las grandes capitales <input type="checkbox"/></p> <p>g. La galería o plaza de mercado <input type="checkbox"/></p> <p>h. Por internet <input type="checkbox"/></p> <p>i. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p>	<p>4.47 ¿De los medios de promoción y difusión de sus productos, cuáles ha usado?</p> <p>a. Voz a voz <input type="checkbox"/></p> <p>b. Televisión <input type="checkbox"/></p> <p>c. Radio <input type="checkbox"/></p> <p>d. Internet <input type="checkbox"/></p> <p>e. Revistas <input type="checkbox"/></p> <p>f. Volantes/Catálogos <input type="checkbox"/></p> <p>g. Prensa <input type="checkbox"/></p> <p>h. Ferias especializadas <input type="checkbox"/></p> <p>i. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p> <p>j. Ninguno <input type="checkbox"/></p>	<p>4.48 ¿Qué elementos tiene en cuenta para la presentación comercial de los productos?</p> <p>a. Logotipo de la empresa <input type="checkbox"/></p> <p>b. Identidad de marca <input type="checkbox"/></p> <p>c. Empaques especiales <input type="checkbox"/></p> <p>d. Tarjetas de presentación _____ <input type="checkbox"/></p> <p>e. Exhibición <input type="checkbox"/></p> <p>f. Ninguno <input type="checkbox"/></p> <p>g. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p>
<p>4.49 La forma de pago que más utiliza para en la venta de sus productos es:</p> <p>a. Al contado <input type="checkbox"/></p> <p>b. A crédito <input type="checkbox"/></p> <p>c. Anticipado <input type="checkbox"/></p> <p>d. Trueque <input type="checkbox"/></p> <p>e. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p>	<p>4.50 Cuáles son los dos principales problemas que enfrenta en la comercialización de sus productos?</p> <p>a. Limitaciones en el transporte <input type="checkbox"/></p> <p>b. Bajo volumen de producción <input type="checkbox"/></p> <p>c. El desconocimiento de los mercados <input type="checkbox"/></p> <p>d. Desconocimiento de las preferencias de los compradores <input type="checkbox"/></p> <p>e. La competencia en el mercado <input type="checkbox"/></p> <p>f. La distancia a los mercados <input type="checkbox"/></p> <p>g. Los precios del mercado <input type="checkbox"/></p> <p>i. Otro, ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/></p> <p>j. Ninguno <input type="checkbox"/></p>	<p>4.51 ¿Dispone de un medio de transporte para llevar su producción al lugar de venta?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>

<p>4.52 Señale las principales dificultades para transportar sus productos al lugar de venta:</p> <p>a. Los altos costos 1 <input type="checkbox"/> e. Escases de los medios de transporte 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. La distancia al punto de venta 1 <input type="checkbox"/> f. Falta de seguridad para el producto 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. El mal estado de las vías 1 <input type="checkbox"/> g. Otro, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Falta de vehículos adecuados 1 <input type="checkbox"/> h. Ninguno 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.53 ¿Cuáles son los tres principales aspectos que tiene en cuenta para fijar los precios de sus productos?</p> <p>a. Costos de materia prima 1 <input type="checkbox"/> e. Costo de arriendos 1 <input type="checkbox"/> i. Otro aspecto, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Costos de operación de máquinas y equipos 1 <input type="checkbox"/> f. El tipo de producto 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Costos de mano de obra 1 <input type="checkbox"/> g. El comprador 1 <input type="checkbox"/> j. Ninguno 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Costo de transportes 1 <input type="checkbox"/> h. De acuerdo con los precios que fijan en la región 1 <input type="checkbox"/></p>
<p>4.54 ¿En los últimos tres años, participó en ferias artesanales?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/> Cuáles? _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.56)</p>	<p>4.55 ¿Qué problemas ha tenido en las ferias artesanales en las que participó en el último año?</p> <p>a. Costos del stand (exhibición de productos) 1 <input type="checkbox"/> f. Fechas del evento 1 <input type="checkbox"/> j. Ninguno 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Falta de publicidad 1 <input type="checkbox"/> g. Mala organización del evento 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Conflicto con otros expositores 1 <input type="checkbox"/> h. Baja asistencia de compradores 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Competencia por precios 1 <input type="checkbox"/> i. Otro, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Mala ubicación del evento ferial 1 <input type="checkbox"/></p>
<p>I. Exportaciones o ventas en el exterior</p>	
<p>4.56 En los últimos tres años, ha vendido comercialmente sus productos fuera del país?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.66)</p>	<p>4.57 Las ventas fuera del país las hace:</p> <p>a. Directamente 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. A través de un intermediario 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.59)</p>
<p>4.59 ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo sus productos fuera del país?</p> <p>a. Menos de 1 año 1 <input type="checkbox"/> c. Entre seis y diez años 3 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Entre uno y cinco años 2 <input type="checkbox"/> d. Más de diez años 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.60 ¿A cuales países ha vendido sus productos?</p> <p>_____</p>
<p>4.62 Los contactos fuera del país son:</p> <p>a. Instituciones 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Personales 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.63 Cómo estableció los contactos fuera del país para la venta de sus productos</p> <p>a. Por internet 1 <input type="checkbox"/> f. Otro artesano lo referenció 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. En una feria local 1 <input type="checkbox"/> g. Una ONG 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. En una feria Nacional 1 <input type="checkbox"/> h. Artesanías de Colombia 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. En una feria internacional 1 <input type="checkbox"/> i. Otra, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Con una organización de artesanos 1 <input type="checkbox"/></p>
<p>4.65 ¿Cuáles son los dos aspectos más importantes en la definición del precio del producto para la venta en el exterior?</p> <p>a. El país o mercado de destino 1 <input type="checkbox"/> c. El precio fijado por el comprador en el exterior 1 <input type="checkbox"/> e. Por información internacional que consulta 1 <input type="checkbox"/> g. Por la reputación e imagen alcanzada como artista 1 <input type="checkbox"/> i. Otra, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. El precio interno del producto 1 <input type="checkbox"/> d. Lo observado en las ferias internacionales 1 <input type="checkbox"/> f. Por la evolución de la tasa de cambio 1 <input type="checkbox"/> h. Según la época del año 1 <input type="checkbox"/></p>	
<p>4.58 ¿Cuál es su principal intermediario en Colombia para la venta de sus productos fuera del país?</p> <p>a. Artesanías de Colombia 1 <input type="checkbox"/> d. Una ONG 4 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Un comerciante mayorista 2 <input type="checkbox"/> e. Otro, ¿Cuál? 5 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Una tienda especializada 3 <input type="checkbox"/></p>	
<p>4.61 Tiene contactos fuera del país que le faciliten la venta de sus productos?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.64)</p>	
<p>4.64 Con qué regularidad vende sus productos en el exterior?</p> <p>a. Habitualmente 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Trimestral 3 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Semestral 4 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Anual 5 <input type="checkbox"/></p>	

J. Importaciones *		
<p>4.66 ¿En los últimos tres años ha comprado en otros países (importado) ...?</p> <p>a. Productos artesanales terminados para su comercialización 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Productos artesanales intermedios para su comercialización 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Materias primas para la elaboración de productos artesanales 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Ninguna de las anteriores 1 <input type="checkbox"/> (Pase a 4.77)</p>	<p>4.67 ¿De qué forma realiza la compra en otros países (importación)?</p> <p>a. Directamente 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. A través de un intermediario 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.68 ¿Cuánto tiempo lleva importando productos o materias primas?</p> <p>a. Menos de 1 año 1 <input type="checkbox"/> c. Entre seis y diez años 3 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Entre uno y cinco años 2 <input type="checkbox"/> d. Más de diez años 4 <input type="checkbox"/></p>
<p>4.69 ¿Importa productos artesanales terminados?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/> Cuáles? _____</p> <p>_____</p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.71)</p>	<p>4.70 ¿Con qué regularidad importa productos artesanales terminados?</p> <p>a. Habitualmente 1 <input type="checkbox"/> d. Semestral 4 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> e. Anual 5 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Trimestral 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.71 ¿Importa materias primas para la elaboración de sus productos?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/> Cuáles? _____</p> <p>_____</p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.73)</p>
<p>4.72 ¿Con qué regularidad importa materias primas?</p> <p>a. Habitualmente 1 <input type="checkbox"/> d. Semestral 4 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Ocasionalmente 2 <input type="checkbox"/> e. Anual 5 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Trimestral 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.73 ¿De qué países ha importado?</p> <p>_____</p>	<p>4.74 ¿Tiene contactos en el exterior que le faciliten la importación?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.77)</p>
<p>4.75 Los contactos son:</p> <p>a. Instituciones 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Personales 2 <input type="checkbox"/></p>		<p>4.76 Cómo estableció los contactos en el exterior para las importaciones</p> <p>a. Por internet 1 <input type="checkbox"/> f. Otro artesano lo referenció 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. En una feria local 1 <input type="checkbox"/> g. Una ONG 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. En una feria Nacional 1 <input type="checkbox"/> h. Artesanías de Colombia 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. En una feria internacional 1 <input type="checkbox"/> i. Otra. ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Con la organización de artesanos 1 <input type="checkbox"/></p>
K. Apoyos financieros y crediticios		
<p>4.77 ¿Tiene conocimiento de la existencia de créditos o préstamos especiales para su actividad artesanal?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.78 ¿En los últimos tres años ha solicitado crédito o préstamos en dinero con fines productivos para su actividad artesanal?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.83)</p>	<p>4.79 ¿Le otorgaron el crédito o préstamo solicitado?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/> → (Pase a 4.81)</p> <p>No 2 <input type="checkbox"/></p>
<p>4.80 ¿Por cuál de las siguientes razones no le fue otorgado el crédito o préstamo solicitado?</p> <p>a. Monto muy alto 1 <input type="checkbox"/> d. Bajos ingresos 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Falta de avales y garantías 1 <input type="checkbox"/> e. Otro, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Plazos para el crédito 1 <input type="checkbox"/></p> <p>→ Pase a 4.83</p>	<p>4.81 ¿Quién le otorgó el crédito o préstamo solicitado?</p> <p>a. Un banco o entidad financiera 1 <input type="checkbox"/> f. Un proveedor 6 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Una cooperativa 2 <input type="checkbox"/> g. Un cliente 7 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Una organización artesanal 3 <input type="checkbox"/> h. Un prestamista particular 8 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Una asociación comunitaria 4 <input type="checkbox"/> i. Un familiar o amigo 9 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Un intermediario comprador 5 <input type="checkbox"/> j. Otro, ¿Cuál? 10 <input type="checkbox"/></p>	<p>4.82 ¿Para qué ha usado los créditos obtenidos?</p> <p>a. Compra de materia prima 1 <input type="checkbox"/> f. Comercialización 1 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Compra o reparación de maquinaria o herramientas 1 <input type="checkbox"/> g. Desarrollo del producto 1 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Mantenimiento, ampliación o construcción del taller 1 <input type="checkbox"/> h. Montaje o mejoras del almacén 1 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Pago de mano de obra 1 <input type="checkbox"/> i. Otro, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Asistencia a ferias 1 <input type="checkbox"/></p>

4.83 ¿Ha recibido apoyos financieros para el desarrollo de su actividad artesanal? a. No ha recibido 1 <input type="checkbox"/> b. Cooperación Internacional 1 <input type="checkbox"/> c. A través de una ONG 1 <input type="checkbox"/> d. A través de un proyecto estatal 1 <input type="checkbox"/> e. Otro, ¿Cuál? _____ 1 <input type="checkbox"/>		OBSERVACIONES _____ _____ _____	
L. Caracterización del negocio			
4.84 ¿Tiene un negocio o local para las ventas de sus productos artesanales? Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 5.1)	4.85 En el negocio que Ud. referencia Ud. es: a. Dueño 1 <input type="checkbox"/> b. Socio 2 <input type="checkbox"/> c. Beneficiario 3 <input type="checkbox"/>	4.86 ¿Cuánto tiempo de antigüedad o existencia tiene el negocio? _____ Años _____ Meses	
4.87 ¿Su Negocio tiene alguno de los siguientes registros? a. NIT 1 <input type="checkbox"/> d. Supercooperativas 1 <input type="checkbox"/> b. RUT 1 <input type="checkbox"/> e. No tiene registro 1 <input type="checkbox"/> c. Alcaldía Municipal 1 <input type="checkbox"/>	4.88 ¿Dentro de los gastos del negocio, usted, sus socios y los familiares que trabajan con usted, están devengando un salario? Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 5.1)	4.89 Ese salario mensualmente es: a. Una suma fija 1 <input type="checkbox"/> b. Depende de resultados 2 <input type="checkbox"/> c. Tiene un componente fijo y otro variable 3 <input type="checkbox"/>	
V. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN SOCIAL DEL SECTOR DE ARTESANOS			
A. Organizaciones y asociaciones			
5.1 ¿Usted pertenece a una organización social o grupo colectivo? Si 1 <input type="checkbox"/> → (Pase a 5.3) No 2 <input type="checkbox"/>	5.2 ¿Por qué razón no participa en alguna organización o grupo? a. Los beneficios son para pocos 1 <input type="checkbox"/> e. Exigen demasiados documentos 1 <input type="checkbox"/> b. No ayuda en la producción 1 <input type="checkbox"/> f. Falta de información 1 <input type="checkbox"/> c. No ayuda en comercialización 1 <input type="checkbox"/> g. No funcionó la organización 1 <input type="checkbox"/> d. No es útil 1 <input type="checkbox"/> h. Otro, ¿Cuál? _____ 1 <input type="checkbox"/> → (Pase a 6.1)	5.3 Nombre o razón social _____ Teléfono: _____	
5.4 ¿La organización está legalmente constituida? Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 5.6)	5.5 ¿Cuál es el NIT? _____	5.6 ¿Pertenece usted a la junta directiva de su organización? Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 5.12)	
5.7 ¿A qué se dedica su organización? a. Producción 1 <input type="checkbox"/> b. Comercialización 1 <input type="checkbox"/> c. Otro, ¿Cuál? _____ 1 <input type="checkbox"/>	5.8 ¿En la actualidad la organización se encuentra activa? Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/> → (Pase a 6.1)	5.9 ¿Cuántos afiliados o miembros tiene actualmente su organización? a. Menos de 10 1 <input type="checkbox"/> c. Entre 50 y 100 3 <input type="checkbox"/> b. Entre 10 y 50 2 <input type="checkbox"/> d. Más de 100 4 <input type="checkbox"/>	
5.10 ¿Cuál es la cobertura o área de influencia de su organización? a. Local <input type="checkbox"/> d. Nacional <input type="checkbox"/> b. Municipal <input type="checkbox"/> e. Internacional <input type="checkbox"/> c. Regional <input type="checkbox"/> f. No sabe <input type="checkbox"/>	5.11 ¿Cuánto hace que funciona la organización? a. Menos de un año 1 <input type="checkbox"/> c. Entre 2 y 5 años 3 <input type="checkbox"/> e. No sabe 5 <input type="checkbox"/> b. Un año 2 <input type="checkbox"/> d. Más de 5 años 4 <input type="checkbox"/>		

5.12 Su organización se constituye como:											
a. Asociación <input type="checkbox"/>	d. Resguardo (Cabildo) indígena <input type="checkbox"/>	g. Grupo de mujeres <input type="checkbox"/>	j. Federación de organizaciones base <input type="checkbox"/>								
b. Grupo familiar <input type="checkbox"/>	e. Organización afro <input type="checkbox"/>	h. Organización de desplazados <input type="checkbox"/>	k. Comité de desarrollo local <input type="checkbox"/>								
c. Grupo o familia indígena <input type="checkbox"/>	f. Organización comunitaria de base (ambiental, SP, campesina etc.) <input type="checkbox"/>	i. Cooperativa <input type="checkbox"/>	l. JAC <input type="checkbox"/>								
m. JAL <input type="checkbox"/>	n. Fundación o ONG <input type="checkbox"/>	o. Otro. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>									
5.13 ¿Cuánto tiempo lleva como miembro o afiliado a la organización?		5.14 Usted, qué papel desempeña dentro de su organización:									
a. Toda la vida (en caso de ser grupo familiar o indígena) <input type="checkbox"/>	c. Entre 2 y 5 años <input type="checkbox"/>	a. Representante legal <input type="checkbox"/>	d. Miembro o asociado <input type="checkbox"/>								
b. Un año <input type="checkbox"/>	d. Más de 5 años <input type="checkbox"/>	b. Presidente de la organización <input type="checkbox"/>	e. Otro, ¿Cuál? <input type="checkbox"/>								
		c. Tesorero <input type="checkbox"/>									
		5.15 ¿La organización tiene estatutos?									
		Si <input type="checkbox"/>									
		No <input type="checkbox"/>									
5.16 ¿Qué beneficios ha recibido de la organización social en el último año? Seleccione los 3 más importantes.											
a. Le ofrece servicios educativos <input type="checkbox"/>	e. Asistencia en la comercialización <input type="checkbox"/>	i. Apoyo en la organización de eventos feriales y de venta de productos <input type="checkbox"/>									
b. Le ofrece servicios recreacionales y culturales <input type="checkbox"/>	f. Eventos de capacitación en diseño y creación de productos <input type="checkbox"/>	j. Apoyo para conseguir clientes <input type="checkbox"/>									
c. Asistencia para el mejoramiento de los procesos de producción <input type="checkbox"/>	g. Eventos de capacitación en aspectos administrativos y de organización social <input type="checkbox"/>	k. Otro. Cuál? <input type="checkbox"/>									
d. Asistencia en el manejo del producto <input type="checkbox"/>	h. Ejecución de proyectos con organizaciones o instituciones <input type="checkbox"/>	l. No ofrece servicios especiales <input type="checkbox"/>									
VI. PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS											
A. Proyectos productivos para la actividad Artesanal											
6.1 En los últimos tres años ha sido beneficiario de algún proyecto de apoyo a la actividad artesanal ya sea estatal o privado?		6.2 Consigne el nombre de los proyectos y el año en los que fue beneficiario									
Si <input type="checkbox"/>		<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:70%;">Nombre del proyecto</th> <th style="width:30%;">Año en el que fue beneficiario</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. _____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>b. _____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>c. _____</td> <td>_____</td> </tr> </tbody> </table>		Nombre del proyecto	Año en el que fue beneficiario	a. _____	_____	b. _____	_____	c. _____	_____
Nombre del proyecto	Año en el que fue beneficiario										
a. _____	_____										
b. _____	_____										
c. _____	_____										
No <input type="checkbox"/> → (Pase a 7.1)											
6.3 Señale quiénes son los financiadores de su proyecto:											
a. Artesanías de Colombia <input type="checkbox"/>	f. La alcaldía de su municipio <input type="checkbox"/>	k. Una ONG nacional. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>	p. Otra entidad pública. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>								
b. Departamento para la Prosperidad Social - DPS <input type="checkbox"/>	g. La gobernación del departamento <input type="checkbox"/>	l. Una ONG internacional. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>	q. Otra entidad de cooperación internacional ¿Cuál? <input type="checkbox"/>								
c. El Departamento Nacional de Planeación - DNP <input type="checkbox"/>	h. El Sena <input type="checkbox"/>	m. Una fundación Nacional. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>	r. Una entidad Mixta. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>								
d. La Organización Internacional de migraciones – OIM <input type="checkbox"/>	i. Innpulsa <input type="checkbox"/>	n. Una fundación internacional. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>	s. Otra entidad. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>								
e. La Agencia del gobierno de EEUU para el desarrollo internacional <input type="checkbox"/>	j. La cámara de Comercio <input type="checkbox"/>	o. Una entidad privada. ¿Cuál? <input type="checkbox"/>	t. No sabe / No responde <input type="checkbox"/>								

VII. MARCO INSTITUCIONAL	
A. Estructura de la institucionalidad territorial para el sector de la artesanía	
7.1 En su localidad o región existen instituciones públicas o privadas que apoyen el sector de la artesanía?	
Si 1 <input type="checkbox"/>	Cuales? a. _____ b. _____ c. _____
No 2 <input type="checkbox"/>	
No Sabe <input type="checkbox"/>	

VIII. MEDIO AMBIENTE	
A. Proceso de producción Ambientalmente sostenible	
8.1 Las dificultades en la adquisición de los materiales de origen natural se deben principalmente a:	8.2 Cuando el material natural se encuentra agotado o tiene restricciones o limitaciones de tipo ambiental qué acciones realiza para adquirir los materiales
a. Dificultades en el acceso a la zona 1 <input type="checkbox"/> b. Material en peligro de extinción en la zona 2 <input type="checkbox"/> c. A la escasez del material 3 <input type="checkbox"/> _____	a. Lo busca y lo compra en otra localidad o región 1 <input type="checkbox"/> b. Lo sustituye por otra materia prima natural 1 <input type="checkbox"/> c. Lo sustituye por otra materia prima sintética 1 <input type="checkbox"/> _____
d. Los costos de adquisición 4 <input type="checkbox"/> e. Otra, ¿Cuál? 5 <input type="checkbox"/> _____	d. Cambia el producto artesanal 1 <input type="checkbox"/> e. Otra, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/> _____
f. Ninguna 7 <input type="checkbox"/>	
8.3 En el proceso de elaboración de los productos artesanales y manuales, Usted utiliza:	8.4 ¿En el proceso de transformación de las materias primas y elaboración de las artesanías y/o manualidades se genera alguno de los siguientes eventos?
a. Agua 1 <input type="checkbox"/> b. Energía eléctrica 1 <input type="checkbox"/> c. Leña 1 <input type="checkbox"/> d. Carbón de leña 1 <input type="checkbox"/> e. Carbón mineral 1 <input type="checkbox"/>	a. Ruido 1 <input type="checkbox"/> b. Humo 1 <input type="checkbox"/> c. Exceso de calor 1 <input type="checkbox"/> d. Partículas de polvo 1 <input type="checkbox"/> e. Malos olores 1 <input type="checkbox"/> f. Gases 1 <input type="checkbox"/>
f. Insumos químicos 1 <input type="checkbox"/> g. Productos tóxicos (plomo, mercurio, cal) 1 <input type="checkbox"/> h. Gasolina 1 <input type="checkbox"/> i. Gas Natural conectado a red pública 1 <input type="checkbox"/> _____ j. Gas propano (en cilindro o pipeta) 1 <input type="checkbox"/>	g. Aguas residuales 1 <input type="checkbox"/> h. Residuos o Desechos sólidos (Basuras) 1 <input type="checkbox"/> i. Retales de las materias primas 1 <input type="checkbox"/> j. Otro, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/> _____ k. Ninguno 1 <input type="checkbox"/>
k. ACPM 1 <input type="checkbox"/> l. Alcoholes 1 <input type="checkbox"/> m. Otro, ¿Cuál? 1 <input type="checkbox"/> _____ n. Ninguna 1 <input type="checkbox"/>	
8.5 En el proceso de transformación de las materias primas y elaboración de las artesanías y/o manualidades, Usted tiene en cuenta:	
a. Utiliza guantes 1 <input type="checkbox"/> b. Utiliza tapabocas 1 <input type="checkbox"/> c. Utiliza mascarillas o careta 1 <input type="checkbox"/> d. Utiliza delantales, uniformes o ropa adecuada para la labor 1 <input type="checkbox"/> e. Utiliza gafas especiales 1 <input type="checkbox"/> f. Revisa continuamente el estado de los utensilios, herramientas y maquinarias 1 <input type="checkbox"/>	g. Utiliza recipientes especiales para recoger las aguas residuales 1 <input type="checkbox"/> h. Utiliza recipientes especiales para acopiar los residuos sólidos o desechos generados 1 <input type="checkbox"/> i. Recicla o reutiliza el material sobrante o desperdicio generado en el proceso 1 <input type="checkbox"/> j. Dispone en su taller o lugar de trabajo de un espacio para el almacenamiento de los materiales e insumos utilizados en la producción 1 <input type="checkbox"/> k. Otra 1 <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ l. Ninguna 1 <input type="checkbox"/>
8.6 ¿En el último año, usted, algún miembro de su familia o sus empleados han sufrido algún problema de salud que asocie a la actividad artesanal o manual?	8.7 ¿Tiene conocimiento sobre el manejo ambiental de algunos de los materiales naturales que utiliza en su actividad artesanal?
Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/>	Si 1 <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ No 2 <input type="checkbox"/>
	8.8 ¿Conoce la normatividad vigente sobre el manejo ambiental de los recursos naturales?
	Si 1 <input type="checkbox"/> No 2 <input type="checkbox"/>

<p>8.9 En el último año, Ha recibido algún tipo de capacitación o formación sobre el tema de manejo y conservación del medio ambiente</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → <i>Pase a 8.12</i></p>	<p>8.10 ¿Qué entidad(es) le ha ofrecido la capacitación o formación sobre el manejo ambiental?</p> <table style="width:100%; border: none;"> <tr> <td style="width:50%;">a. La Gobernación</td> <td style="width:50%;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="width:50%;">e. Una ONG internacional</td> <td style="width:50%;">1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. La alcaldía</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>f. Una cooperativa</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Artesanías de Colombia</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>g. Su organización o asociación de artesanos</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. El Sena</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>h. Otra, ¿Cuál?</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	a. La Gobernación	1 <input type="checkbox"/>	e. Una ONG internacional	1 <input type="checkbox"/>	b. La alcaldía	1 <input type="checkbox"/>	f. Una cooperativa	1 <input type="checkbox"/>	c. Artesanías de Colombia	1 <input type="checkbox"/>	g. Su organización o asociación de artesanos	1 <input type="checkbox"/>	d. El Sena	1 <input type="checkbox"/>	h. Otra, ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																						
a. La Gobernación	1 <input type="checkbox"/>	e. Una ONG internacional	1 <input type="checkbox"/>																																				
b. La alcaldía	1 <input type="checkbox"/>	f. Una cooperativa	1 <input type="checkbox"/>																																				
c. Artesanías de Colombia	1 <input type="checkbox"/>	g. Su organización o asociación de artesanos	1 <input type="checkbox"/>																																				
d. El Sena	1 <input type="checkbox"/>	h. Otra, ¿Cuál?	1 <input type="checkbox"/>																																				
<p>8.11 Sobre qué aspectos del manejo ambiental ha recibido capacitación</p> <table style="width:100%; border: none;"> <tr> <td style="width:25%;">a. Manejo y conservación de los productos naturales que utiliza en la producción.</td> <td style="width:5%;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="width:25%;">g. Manejo de los residuos sólidos, basuras o desechos</td> <td style="width:5%;">1 <input type="checkbox"/></td> <td style="width:25%;">m. Sobre las restricciones en el uso de algunos materiales naturales</td> <td style="width:5%;">1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>b. Manejo de insumos químicos (plomo, mercurio, cal)</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>h. Manejo de las aguas residuales</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>n. Sobre el almacenamiento y bodegaje adecuado de los insumos y materiales</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>c. Manejo de combustibles</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>i. Manejo y mitigación del ruido</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>o. Sobre el riesgo del agotamiento de los recursos naturales que utiliza en su producción</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>d. Manejo de otras especies</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>j. Manejo y mitigación de la contaminación del aire</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>p. Sobre la introducción de prácticas nuevas y sostenibles de producción</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>e. Manejo en los procesos de extracción del material</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>k. Cuidados de la salud e higiene</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>q. Otro</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>f. Manejo de las especies animales</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>l. Sobre la normativa ambiental</td> <td>1 <input type="checkbox"/></td> <td>¿Cuál? _____</td> <td></td> </tr> </table>				a. Manejo y conservación de los productos naturales que utiliza en la producción.	1 <input type="checkbox"/>	g. Manejo de los residuos sólidos, basuras o desechos	1 <input type="checkbox"/>	m. Sobre las restricciones en el uso de algunos materiales naturales	1 <input type="checkbox"/>	b. Manejo de insumos químicos (plomo, mercurio, cal)	1 <input type="checkbox"/>	h. Manejo de las aguas residuales	1 <input type="checkbox"/>	n. Sobre el almacenamiento y bodegaje adecuado de los insumos y materiales	1 <input type="checkbox"/>	c. Manejo de combustibles	1 <input type="checkbox"/>	i. Manejo y mitigación del ruido	1 <input type="checkbox"/>	o. Sobre el riesgo del agotamiento de los recursos naturales que utiliza en su producción	1 <input type="checkbox"/>	d. Manejo de otras especies	1 <input type="checkbox"/>	j. Manejo y mitigación de la contaminación del aire	1 <input type="checkbox"/>	p. Sobre la introducción de prácticas nuevas y sostenibles de producción	1 <input type="checkbox"/>	e. Manejo en los procesos de extracción del material	1 <input type="checkbox"/>	k. Cuidados de la salud e higiene	1 <input type="checkbox"/>	q. Otro	1 <input type="checkbox"/>	f. Manejo de las especies animales	1 <input type="checkbox"/>	l. Sobre la normativa ambiental	1 <input type="checkbox"/>	¿Cuál? _____	
a. Manejo y conservación de los productos naturales que utiliza en la producción.	1 <input type="checkbox"/>	g. Manejo de los residuos sólidos, basuras o desechos	1 <input type="checkbox"/>	m. Sobre las restricciones en el uso de algunos materiales naturales	1 <input type="checkbox"/>																																		
b. Manejo de insumos químicos (plomo, mercurio, cal)	1 <input type="checkbox"/>	h. Manejo de las aguas residuales	1 <input type="checkbox"/>	n. Sobre el almacenamiento y bodegaje adecuado de los insumos y materiales	1 <input type="checkbox"/>																																		
c. Manejo de combustibles	1 <input type="checkbox"/>	i. Manejo y mitigación del ruido	1 <input type="checkbox"/>	o. Sobre el riesgo del agotamiento de los recursos naturales que utiliza en su producción	1 <input type="checkbox"/>																																		
d. Manejo de otras especies	1 <input type="checkbox"/>	j. Manejo y mitigación de la contaminación del aire	1 <input type="checkbox"/>	p. Sobre la introducción de prácticas nuevas y sostenibles de producción	1 <input type="checkbox"/>																																		
e. Manejo en los procesos de extracción del material	1 <input type="checkbox"/>	k. Cuidados de la salud e higiene	1 <input type="checkbox"/>	q. Otro	1 <input type="checkbox"/>																																		
f. Manejo de las especies animales	1 <input type="checkbox"/>	l. Sobre la normativa ambiental	1 <input type="checkbox"/>	¿Cuál? _____																																			
<p>8.12 Conoce en su localidad algún programa o proyectos de socialización y divulgación sobre el manejo ambiental sostenible orientado a la actividad?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____</p> <p>No 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>8.13 Sabe si existe alguna normatividad vigente para el oficio que desempeña?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>8.14 Su taller o lugar de trabajo cumple con las normas ambientales?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/></p>																																					
<p>8.15 Su taller o lugar de trabajo tiene permiso ambiental vigente?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/> → <i>(Pase a 8.17)</i></p>	<p>8.16 ¿Qué entidad le otorgó el permiso ambiental?</p> <p>_____</p>		<p>8.17 ¿En el último año, su taller o lugar de trabajo ha sido inspeccionado por autoridades ambientales?</p> <p>Si 1 <input type="checkbox"/></p> <p>No 2 <input type="checkbox"/></p>																																				
IX. CONTROL OPERATIVO (Identificación captura de la información)																																							
Fecha de recolección en el sistema		Lugar de recolección de la información-		Entidad que recoge la información																																			
DD:	MM:	AAAA:	Departamento			Municipio																																	
Tipo de entidad		Dependencia responsable en la entidad referenciada	Unidad responsable en la entidad referenciada	Coordinador	Encuestador																																		
a. Publica	1 <input type="checkbox"/>	d. Empresa economía mixta	3 <input type="checkbox"/>																																				
b. Privada	2 <input type="checkbox"/>	e. Artesanías de Colombia	4 <input type="checkbox"/>																																				
OBSERVACIONES																																							

9. REFERENCIAS

- Toselli, C. (2009). *Programa de Fortalecimiento a Destinos Turísticos Emergentes: Un Análisis desde la Visión del Desarrollo*. Obtenido de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n12/art05.pdf>
- Acevedo Chedid, J., & Gazabon Arrieta, F. A. (2009). *Modelo de Intervención para el Mejoramiento de Procesos Artesanales, mediante la Integración: Estado – Universidad – Empresa - Sociedad*. Obtenido de <http://www.laccei.org/LACCEI2009-Venezuela/p221.pdf>
- Aerocivil. (2016). *Plan maestro aeroportuario del aeropuerto Golfo de Morrosquillo de la ciudad de Tolu, Colombia*. Obtenido de http://www.aerocivil.gov.co/Aerodromos/PMaestros/Documents/Cap%C3%ADtulo%20202%20Pronosticos%20de%20la%20demanda%20y%20anexo%20hora%20punta_Final%20sept.pdf
- Aeronautica Civil. (2015). *Plan maestro Monteria*. Obtenido de http://www.aerocivil.gov.co/Aerodromos/PMaestros/Documents/14P083_PLAN_M AESTRO_MTR_03_r01.pdf
- Aguilera Díaz, M. (Agosto de 2005). *La Economía del Departamento de Sucre: Ganadería y Sector Público*. Obtenido de Banco de la República: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-63-VE.pdf
- Antonovia, A., Sanchez, V., & Curiel, E. C. (2013). *Turismo Cultural y Gestión de museos*. Dykinson: EBSCO Publishing.
- Arquitectura de casas. (2014). *El diseño de estas casas es típico, tienen identidad reconocida en todo el mundo, aunque las versiones contemporáneas dejaron los perfiles característicos*. Obtenido de arquitecturadecasas.blogspot.com
- Artesanías de Colombia. (1989). *Listado General de Oficios Artesanales*. Obtenido de Ministerio de desarrollo económico: <http://www.artesantiasdecolombia.com.co/trazaartesanal/documentos/artesantias-colombia-listado-oficios.pdf>
- Artesanías de Colombia. (2014). Obtenido de http://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/12451_rutas-artesanales_lorica.pdf
- Artesanías de Colombia. (2014). *Conozca y disfrute las 16 rutas artesanales de Colombia*. Obtenido de http://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/conozca-y-disfrute-las-16-rutas-artesanales-de-colombia_5030
- Artesanías de Colombia. (2015). Obtenido de http://www.artesantiasdecolombia.com.co:8080/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81.%20http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=30661
- Banco de la República. Boletín económico regional costa Caribe. (Junio de 2016). <http://www.banrep.gov.co/ber>.
- Bayona, E. (Abril-Mayo-Junio de 2015). *Revista aposta digital*. Obtenido de Aposta digital.com: <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/ebescat1.pdf>
- Buitrago Mejía, A. (2015). Contribución de la Asociatividad a la Competitividad de las Empresas Turísticas del Tolima. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/asociatividad.html>

- Campaña Molina, V., & Romero Ariel, C. (2015). *Retos Turísticos, Vol. 14 No. 1. Desarrollo de Productos Turísticos: Campaña Verónica, Molina, Cristian, Romero Ariel.*
- Cancillería de la República de Colombia. (21 de 05 de 2014). *Colombia reafirma el vínculo entre la cultura y el desarrollo. 22 de mayo día internacional de la diversidad cultural.* Obtenido de <http://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/colombia-reafirma-vinculo-entre-la-cultura-y-desarrollo-22-mayo-dia-internacional-la>
- Casa Quinatoa, M. (2013). “*DESARROLLO DE LA RUTA TURÍSTICA DE LAS FLORÍCOLAS Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO EN LA PARROQUIA TANICUCHÍ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI*”. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6871/1/FCHE-IFGMHT-172.pdf>
- Casanueva, C., & Gallego, M. (2012). Empresas y organizaciones turísticas. En C. Casanueva, *Empresas y organizaciones turísticas* (págs. 238-239). Juan Ignacio Luca de tena, Madrid: Larousse-Ediciones Piramide.
- Cepeda G, C. (8 de Febrero de 2008). <http://orton.catie.ac.cr/REPDOC/A1885E/A1885E.PDF>. Obtenido de orton.catie.ac.cr: <http://orton.catie.ac.cr/REPDOC/A1885E/A1885E.PDF>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2015). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable.* Obtenido de Chile: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Consultores desarrollo turístico sostenible. (Marzo de 2007). *Identificación y puesta en valor de rutas turísticas para la región de Coquimbo.* Obtenido de Chile: <http://astroturismochile.cl/wp-content/uploads/2015/01/Identificaci%C3%B3n-y-puesta-en-valor-de-rutas-tur%C3%ADsticas-para-la-Regi%C3%B3n-de-Coquimbo-2007-DTS-Consultores.pdf>
- Cortés Tinoco, S. M., & Vergara Mercado, M. H. (2009). *Sucre un Paraíso sin Descubrir. Plan de Mercadeo para Promocionar Determinadas Áreas del Departamento y Así Contribuir con su Desarrollo.* Obtenido de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/9313/1/tesis402.pdf>
- De Figueiredo, M., & Neusa, C. (Mayo-Junio de 2015). <http://www.anpad.org.br/rac>. Obtenido de Base de datos Ebscohost: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552015000300336&script=sci_abstract
- De Los Ríos Arellano, R. (2011). *Método guía para optimizar Calidad de una Artesanía desde su Proyección Objetual.* Obtenido de http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/69%20Arellano.pdf
- Egrejas, M., Bursztyn, I., & Bartholo, R. (2013). *La valoración del diálogo en la construcción e implementación de rutas turísticas: Proyectos Palacios de Río y Central de Turismo Comunitario de la Amazonia - Brasil.* Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322013000600008&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- El tiempo . (3 de Noviembre de 2014). *Violencia y caña flecha: dos vueltas que se tejen en Sampedes.* Obtenido de <http://www.elheraldo.co/sucre/violencia-y-cana-flecha-dos-vueltas-que-se-tejen-en-sampues-172440>

- Estado del Arte del Sector Artesanal en Latinoamerica. (s.f.). Obtenido de http://www.rifta.net/artesanos/templates/rifta/Libros/No_5_Libro_digital_Estado_d_el_Arte_del_Sector_Artesanal_Latinoamer.pdf
- Esteban, A., & Gonzalez, P. (2012). *Turismo y Relaciones Internacionales*. Madrid: eBook Collection (EBSCOhost). Dykinson.
- Fernandez, V. R. (Marzo de 2006). *DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO UN ENFOQUE Y UNA PROPUESTA METODOLÓGICA* -. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Comercio: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=20100>.
- Fierro, C. A., & Lopez, O. J. (2011). *Plan de Marketing en Pequeños Artesanos de Madera en el Pasaje "Galeria Artesanal de Colombia" del Centro de Bogotá*. Obtenido de Universidad de la Salle: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5455/T12.11%20F463p.pdf?sequence=1>
- Flores Mateos, J., & Castro Ricalde, D. (2014). *Análisis de la Producción de la Producción Artesanal y su relación con la Actividad Turística en el Centro Ceremonial Mazahua*. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/123456789/13746>
- Flores Ruiz, D. (2008). Competitividad Sostenible de los Espacios Naturales Protegidos como Destinos Turísticos: Un Análisis Comparativo de los Parques Naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Carzola, Segura y Las Villas. *Eumed.net*.
- Gilbert, D. (1989). *Plan estratégico de marketing para el turismo en España*. Obtenido de <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-104-1989-pag83-99-48476.pdf>
- Glauber Eduardo de Oliveira Santos . (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo Glauber Eduardo de Oliveira Santos. *Estud. perspect. tur. v.16 n.1 Ciudad Autónoma de Buenos Aires*.
- Gobernacion de Sucre. (Octubre de 2012). *Analisis de la situación de salud del departamento de Sucre "Acciones Claras para dejar Huellas"* . Obtenido de <http://minsalud.gov.co/plandecenal/mapa/Analisis-de-Situacion-Salud-Sucre-Preliminar-2011.pdf>
- Gobierno de Chile, Sernatur, region de Coquimbo. (Marzo, 2007). *Identificacion y puesta en valor de rutas turísticas para la región de Coquimbo*. Coquimbo, Chile: DTS, consultores Ltda.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. (2011). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. México. : Limusa Wiley.3ra. Edición. Pág. 300.
- González, R. (2013). *La asociatividad como estrategia de competitividad de microempresarios turísticos en el departamento Minas Zona Norte de la provincia de Neuquén*. Obtenido de Facultad de Turismo. Universidad Nacional de Comahue: http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/275/1/177-184_asociatividad_competitividad_microempresarios_zona_norte.pdf
- Grupo Banco Mundial. (2016). *DOING BUSINESS Midiendo Regulaciones para Hacer Negocios*. Obtenido de <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/colombia/sub/armenia/>
- Guía Cartagena de indias. (2015). *Tour al pueblo de Mompox - 2 noches y 3 días*. Obtenido de <http://www.cartagena-indias.com/Toures/mompox.html>
- Guía metodologica turismo cultural. (2015). *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Obtenido de

- <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Gutierrez, L. (Noviembre de 2014). *www.estudiosregionales.org*. Obtenido de Cuadernos de Trabajo de la UACJ, Universidad. Autónoma de Ciudad Juárez , número 24: <file:///C:/Users/HP/Downloads/Cuadernos%20UACJ%2024.pdf>
- Hernández Ramírez, J. (2011). *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios Culturales*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88117284001>
- Huertas Cardozo, N. C. (Junio de 2015). *Turismo Rural Comunitario: Una Propuesta Metodológica de Innovación Social para Comunidades en Conflicto. Caso Montes de María*. Obtenido de Universitat de Girona: <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/12366/tnch1de1.pdf?sequence=1>
- Huertas Cardozo, N., & Santos Gómez, C. (2015). *Turismo Cultural como una Salida al Conflicto. Caso Montes de Maria- Colombia*. Obtenido de International Journal of Scientific Management and Tourism .
- Informe Doing Business. (2016). Obtenido de <http://espanol.doingbusiness.org>
- Ivera, M., Alberti, P., Verónica, V., & Mendoza, M. (Enero- Abril 2008). La artesanía como producto cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 15, núm 46., 225-247.
- Jimenez, L., & Jimenez, W. (2013). Tendencias globales y planificación estratégica. En L. Jimenez, & W. Jimenez, *Tendencias globales y planificación estratégica* (págs. 67 - 198). Colombia: Ecoe Ediciones, ProQuest ebrary.
- Juárez Sánchez, J. P., & Ramírez Valverde, B. (29 de enero de 2007). *El Turismo Rural como Complemento al Desarrollo Territorial Rural en Zonas Indígenas de México*. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-236.htm>
- Juárez Sánchez, J., & Ramírez Valverde, B. (2007). El Turismo Rural Como Complemento al Desarrollo Territorial en Zonas Indígenas de México. *REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES*.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Rufin, R., & Reina, M. D. (2003). *MARKETING PARA TURISMO*. Argentina: Prentice - Hall.
- Lopez, D., Parra, L. d., & Peña, W. A. (2011). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de Diagnóstico sobre los oficios artesanales en Bogotá: <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2551>
- Mincit. (5 de agosto de 2016). *Oficina de estudios económicos*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Mazo de 2006). *Diseño del producto turístico "Un enfoque y una propuesta metodológica"*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=20100>.
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (Diciembre de 2015). *Boletín mensual sección turismo. Oficina de estudios económicos*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/descargar.php?id=77374>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas - FOMIPYM. (Septiembre de 2004). *Diagnóstico de Calidad, Caracterización de Productos y Caracterización del Oficio Cadena Productiva de*

- Tejidos y Hamacan en San Jacinto y Morroa, Departamentos de Bolívar y Sucre.* Obtenido de <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2917>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas FOMIPYME. (Septiembre de 2004). *Diagnóstico de Calidad, Caracterización de Productos y Caracterización del Oficio Cadena Productiva de Tejidos y Hamacan en San Jacinto y Morroa, Departamentos de Bolívar y Sucre.* Obtenido de <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2917>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A, Centro Colombiano de Diseño para la Artesanía y las Pymes. (julio de 2004). *Cadena Productiva de la Caña Flecha Departamentos de Córdoba y Sucre.* Obtenido de Programa Nacional de Conformación de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal.: <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/222>
- Ministerio de transporte. (2015). *Plan maestro fluvial de Colombia.* Obtenido de <https://www.mintransporte.gov.co/descargar.php?idFile=13276>.
- Monterrubio, j. (2011). Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual. En J. C. Monterrubio Cordeo, *Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual* (págs. 215-254). México: Plaza y Valdés, S.A. de C. V. Pro Quest ebrary.
- Morales, D. (2014). Capacidad de carga física y real para atractivos turísticos priorizados y vías de acceso en el casco urbano de Puerto Nariño, Amazonas. *Anuario Turismo y Sociedad, Vol. XV.*, 167-186.
- Muñoz Jácome, E., Esparza, D., Gaibor, V., & Torres, C. (2014). Rutas Turísticas: Alternativa Productiva Ecosocial para la Gestión Sostenible de Microcuencas Alto Andinas Estudio de Caso: La Ruta Purina Kunan en la Provincia de Chimborazo – Ecuador. *European Scientific Journal* . Obtenido de <file:///C:/Users/SAMSUNG/Downloads/4832-13955-1-PB.pdf>
- Norma Técnica Sectorial NTS TS 003. (s.f.). *Requisitos de sostenibilidad Agencias de Viajes.* Obtenido de http://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2006/NTS_TS003.pdf
- Ochoa Llamas, L., Conde Pérez , E. M., & Maldonado Hinojosa, E. (Junio de 2012). Valoración de un Producto Turístico y Desarrollo Local. *Revista de Investigación en Turismo* . Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>
- OMT. (2008). *Entender el turismo: Glosario Básico.* Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Orduna, G., & Urpi, C. (4 de Agosto 2012 de Abril de 2012). *Turismo cultural como experiencia educativa de ocios.* Obtenido de Polis, revista latinoamericana: <https://polis.revues.org/102>
- Organización Mundial de Turismo. (Enero de 2013). Manual de desarrollo de productos turísticos.
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2008). *Entender el turismo: Glosario Básico.* Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Página oficial Gobernación de Sucre. (10 de junio de 2014). *EPS y ESE departamentales y municipales generaron compromisos de pago en beneficio del Departamento de Sucre.* Obtenido de <http://sucre.gov.co/noticias.shtml?apc=ccx-1-&x=1530337>

- Página oficial Zooparque Los Caimanes. (2016). *Una aventura con la naturaleza*. Obtenido de <http://www.loscaimanes.com.co/>
- Palafox, A. (2005). Turismo: teoría y praxis. En A. Palafox Muñoz, *Turismo: teoría y praxis* (pág. 154). México: Plaza y Valdés, S.A, de C. V.
- Pinassi, A., & Ercolani, P. (Enero a junio de 2015). <http://www.revistas.unal.edu.co>. Obtenido de <http://www.revistas.unal.edu.co>: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/47778/50483>
- Plan de Desarrollo de Sucre. (2016-2019). Obtenido de http://sanantoniodepalmito-sucre.gov.co/apc-aa-files/35306136343037643433346466333735/plan-de-desarrollo-de-sucre-2016-2019_2.pdf
- Plan de Desarrollo Sucre. (2012-2015). *“Acciones claras para dejar huellas”*.
- Plan estratégico de desarrollo de desarrollo turístico. (2011).
- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Sucre. (2011).
- Plan Nacional de Desarrollo Colombia. (2010-2014). *Prosperidad para Todos*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/PND-2010-2014/Paginas/Plan-Nacional-De-2010-2014.aspx>
- Planells, M., & M., C. (2011). *RECURSOS TURÍSTICOS*. SINTESIS.
- Política de Turismo y Artesanías. (Noviembre de 2009). *Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.citur.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=bbyHI5ulnQc%3D&tabid=75>
- Proyecto FNT-288-2014 “Diseño del producto turístico Cultura Sabanera. (Diciembre de 2014). *Nakusa Red Turística Regional*.
- Querembás Hernández , D. G., & Rivera Paspuel , L. E. (2013). *La Comercialización de artesanías producidas en las Provincia de Carchi e Imbabura y la demanda existente en Canadá,Francia e Italia*. Obtenido de <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/59/1/037%20LA%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DE%20ARTESAN%C3%8DAS%20PRODUCIDAS%20EN%20LAS%20PROVINCIAS%20DE%20CARCHI%20E%20IMBABURA%20Y%20LA%20DEMANDA%20EXISTENTE%20EN%20CANAD%C3%81,%20FRANCIA%20E%20ITALIA%20-%20Q>
- Red iberoamericana de innovación y transferencia de tecnología para el fortalecimiento artesanal, RITFA. (11 de 02 de 2010). www.ritfa.net. Obtenido de http://www.ritfa.net/artesanos/templates/ritfa/Libros/No_5_: http://www.ritfa.net/artesanos/templates/ritfa/Libros/No_5_Libro_digital_Estado_d_el_Arte_del_Sector_Artesanal_Latinoamer.pdf
- Revista Interamericana de Ambiente y Turismo . (15 de marzo de 2012). *Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente*. Obtenido de Volumen 8, Número 1, PP. 50-56, 2012: <http://riat.utralca.cl/index.php/test/article/viewFile/218/pdf>
- Roncancio, E. (1999). <http://ftp.unipamplona.edu.co>. Obtenido de <http://ftp.unipamplona.edu.co>: http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACI%D3N_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf
- Rosales, M., & Urriola, R. (2012). *Hacia un modelo integrado de desarrollo económico local y cohesión social*. Obtenido de <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/52258.pdf>

- Rosales, M., & Urriola, R. (2012). *Hacia un modelo integrado de desarrollo económico local y cohesión social*. Obtenido de <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/52258.pdf>
- Ruta del Cafe. (2011). *¿Que es una ruta turistica?* Obtenido de <http://www.rutadelcafequindio.net/2012/05/que-es-una-ruta-turistica.html>
- Saavedra Torres, J. (2007). *Capital de marca como fenómeno cultural: El método etnográfico como herramienta de medición en mercadeo*. Obtenido de <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/1269/1271>
- Sanchez. (2010). HERITAGE TOURISM: Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research*.
- Serperuano. (2013). *Conozca algunas Rutas Artesanales del Perú: Sur, Centro y Nor Amazonía*. Obtenido de <http://www.serperuano.com/2013/10/conozca-algunas-rutas-artesanales-del-peru-sur-centro-y-nor-amazonia/>
- Sitio oficial de la Gobernación de Sucre, Colombia. (10 de 03 de 2011). *Nuestro Departamento - Sucre*. Obtenido de http://www.sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Sitio oficial de Morroa en Sucre. (15 de mayo de 2012). *Alcaldía de Morroa - Sucre "Seguimos Comprometidos y Construyendo Pueblo"*. Obtenido de http://www.morroa-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Sitio Web de Coveñas en Sucre. (14 de Mayo de 2014). *Alcaldía de Coveñas - Sucre, "Por la Coveñas que queremos"*. Obtenido de http://covenas-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Sitio Web de Sampues en Sucre. (19 de marzo de 2014). *Alcaldía de Sampués - Sucre, Gobernando Unidos con Responsabilidad Social*. Obtenido de http://www.sampues-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Sitio web de Sincelejo en Sucre, 2. (2016). *Alcaldía de Sincelejo - Sucre*. Obtenido de http://www.sincelejo-sucre.gov.co/informacion_general.shtml
- Sucre, Colombia guia turistica Mincit, Fontur. (s.f.). Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=58198>.
- Szmulewicz, P. (2003). *Cátedra asignatura Métodos de Análisis del Fenómeno Turístico*.
- Toselli, C. (2009). Programa de Fortalecimiento a Destinos Turísticos Emergentes: Un Análisis desde la Visión del Desarrollo Endógeno. *Gestión Turística*. N° 12, 109-124.
- Turistic. (30 de Noviembre de 2014). *Diseño de Producto Turístico*. Obtenido de <http://turistic.co/servicios/producto-turistico>
- UNESCO. (2003). *Ámbitos del patrimonio inmaterial en la Convención de 2003*. Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/1COM>
- Vargas, B., & Del Castillo, C. (2008). *Competitividad Sostenible de la Pequeña Empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad*. Obtenido de Universidad ESAN: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuadernos-de-difusion/2008/competitividadsostenible.pdf>
- Viaals, M. (2002). *TURISMO RURAL*. Valencia (España): UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA.
- Yáñez Mancilla, B. I. (diciembre de 2013). *MODELO DE RUTEO PARA GENERAR RUTAS*. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_producto_turistico.html

- Zamorano, F. (2012). *EL NEGOCIO DEL TURISMO. Tu empresa paso a paso*. México: Trillas.
- Zizumbo, L. (2013). Las paradojas del desarrollo local y del turismo. En L. Zizumbo, *Las paradojas del desarrollo local y del turismo* (págs. 175-176). México: Miguel Ángel Porrúa. Pro Quest ebrary.