

**APOYO AL COMPONENTE SOCIOECONÓMICO DEL PROYECTO
ECONAVIPESCA PACÍFICO EN EL MUNICIPIO DE GUAPI (CAUCA)**

INFORME FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL



PRESENTA:

JENNIFER PAOLA VÁSQUEZ ZÚÑIGA

ASESORA ACADÉMICA:

ELSY LORENA ROSERO CEBALLOS

ASESOR EMPRESARIAL:

JAIRO TOCANCIPÁ FALLA

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

POPAYÁN CAUCA

JUNIO, 2022

ÍNDICE

ÍNDICE	2
INTRODUCCIÓN	3
1. Contextualización Del trabajo	5
1.1 Problematización	5
1.2 Justificación	6
1.3 Objetivos	7
2.1 Marco teórico	7
2.2 Marco contextual	10
3. Contextualización metodológica	13
BIBLIOGRAFÍA	15

INTRODUCCIÓN

Guapi es un municipio de la costa pacífica caucana, suroccidente de Colombia, con diversas problemáticas sociales y económicas asociadas a distintos factores. Sus actividades productivas se desarrollan alrededor del sector primario, y se enfocan en la pesca artesanal, sin embargo, esta actividad presenta varias desventajas y una de ellas es la baja rentabilidad, derivada de los altos costos de transporte debido a los precios elevados de la gasolina, combustible principal para la movilización en lanchas.

Si a esto se suma la pobreza que se presenta en el municipio, las familias que dependen de la pesca artesanal ven disminuidos sus ingresos y por ende sus condiciones de vida son precarias. Esta actividad “se caracteriza por tener un alto uso de mano de obra y poco desarrollo tecnológico y más de la mitad de las personas que ejercen la actividad no son pescadores profesionales sino personas que por tradición aprenden este arte transmitido de generación en generación” (Arena Gonzáles, 2004, p.8) Esto nos muestra un panorama de la actividad y permite entender la manera cómo pequeños pesqueros la realizan, sin agregar ningún tipo de valor adicional a la misma.

En Colombia, las personas que dependen de la pesca artesanal viven en condiciones de marginalidad, analfabetismo, carecen de servicios asistenciales y viven en niveles de vida muy bajos (Moreno, 2018). Por esta razón, el proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO, busca contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los locales por medio del diseño e implementación de un sistema pesquero sostenible. De esta manera, el grupo de investigación *Entropía* tiene como objetivo apoyar el componente socioeconómico del proyecto, por medio de la caracterización socioeconómica de las organizaciones objeto de estudio, y la co-creación de una cadena de valor.

El presente trabajo busca desarrollar las actividades de apoyo asociadas al componente socioeconómico del proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO en el municipio de Guapi (Cauca), entre las que se destacan realizar la caracterización social y económica de la población, a partir de información secundaria, y además apoyar el trabajo de campo y la recolección de información por medio de un instrumento diseñado para realizar un censo que permita fortalecer esta caracterización. Además, dentro del proceso de co-creación de la cadena de valor, se necesita construir un marco teórico que oriente el desarrollo y el

fortalecimiento de este proceso junto con la participación de los pesqueros del municipio de Guapi.

El tercer capítulo, presenta la metodología a utilizar la cual se divide en tres fases. La primera fase explica la recolección de información secundaria sobre la conceptualización de cadena de valor. La segunda fase consiste en explicar aspectos claves que permitirán caracterizar socioeconómica y ambientalmente a la población objeto de estudio por medio de un censo cuya herramienta de recolección de información es un cuestionario. Y finalmente la tercera fase, consiste en explicar la metodología que se usará para identificar los perfiles ocupacionales de los integrantes de cada organización.

1. Contextualización Del trabajo

1.1 Problematicación

En Colombia los mayores niveles de pobreza multidimensional se encuentran predominantemente en las regiones de la Orinoquía, Amazonía y Pacífica. (DANE, 2018). El Cauca es uno de los departamentos colombianos con mayores índices de pobreza en el país, junto con La Guajira y el Chocó. La incidencia de la pobreza en el Cauca para el año 2019 fue del 59,6% (DANE, 2020). Sumado a la pobreza que se vive en general en todo el departamento, el municipio de Guapi, caso de estudio de este proyecto, es un municipio que se encuentra aislado debido a problemas de ausencia de Estado, la corrupción y el desempleo.

La proporción de personas con necesidades básicas insatisfechas (NBI) para el año 2018 fue del 70,68%, el más alto en todo el departamento y referencia la condición de pobreza y aislamiento en la que se encuentra este municipio (DANE, 2018). Las causas de las deficiencias en la calidad de vida de la población de Guapi son desencadenadas por la violencia, debido a la presencia de grupos armados, y problemas de salud como consecuencia de la contaminación de los ríos por la minería ilegal.

La ausencia del Estado y la corrupción han causado altas deficiencias en el sistema de salud, el sistema educativo y en la prestación de servicios públicos. Las viviendas de los habitantes están en malas condiciones, pues no tienen un gran poder adquisitivo, lo que dificulta el crecimiento de la producción, la apertura de nuevos negocios y la innovación. Además de esto, las vías de acceso tienen una gran limitante, puesto que solo cuenta con una vía marítima de Buenaventura y Tumaco, y aérea de Popayán y Cali (Universidad Nacional y Universidad del Cauca, 2020).

Por lo tanto, las actividades económicas que permiten dinamizar las economías locales están enfocadas principalmente en el sector primario como la pesca; la agricultura, en donde se destacan cultivos de arroz y frutales como el coco; la minería-tradicional; y la explotación forestal (Alcaldía de Guapi, 2020). Todo esto ha limitado el desarrollo de este municipio y ha imposibilitado la mejora en las condiciones de vida de sus habitantes.

Para el caso concreto de este proyecto y resaltando la importancia de la pesca como una de las actividades económicas principales del municipio, Guapi se enfrenta a la

problemática de la baja rentabilidad de la pesca, lo que afecta directamente la vida de los locales. En gran parte este problema se debe a que los pesqueros dependen de la gasolina para su transporte en lanchas y el costo del combustible en Guapi es 16% más alto en comparación con la mayoría de las zonas del país.

Además, frecuentemente hay intermitencias de la red eléctrica, donde los apagones han durado hasta cinco días, lo que afecta gravemente la economía local e incrementa los costos del hielo, un insumo que permite preservar su pesca diaria (Colombia Plural, 2018). Así mismo, otra problemática que aborda este proyecto es la contaminación producida por la combustión de la gasolina en lanchas y los desechos de los peces, lo cual podría solucionarse a partir de la co -creación de un modelo de desarrollo de pesca sostenible entre las asociaciones de pescadores de Guapi y las instituciones participantes.

1.2 Justificación

Debido a la problemática que vive el municipio y las condiciones de pobreza en las que se encuentra, siendo el municipio con el índice de NBI más alto en todo el departamento, y entendiendo el panorama de los pescadores artesanales y todas las dificultades a las que se enfrentan para que su negocio sea rentable, se hace necesaria la implementación de un proyecto que apunte a la mejora de las condiciones de vida de los pesqueros.

El proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO, plantea una solución sostenible para esta actividad dentro del municipio. Se hace necesaria entonces, la identificación y análisis de las condiciones socioeconómicas y ambientales de las organizaciones de pesqueros nativos, objeto de estudio. Adicionalmente es necesario el apoyo en el trabajo de campo del componente socioeconómico del proyecto, trabajando de manera colaborativa con organizaciones de pescadores en Guapi (Cauca).

Todo esto con el fin de que el trabajo permita la construcción de un grupo focal para identificar temas de la cadena de valor y aspectos para construir el plan de negocios, por medio de la caracterización socioeconómica. El trabajo de apoyo permitirá avanzar en la hoja de ruta para desarrollar un marco ecológico y sostenible para potenciar la generación de ingresos de estas organizaciones.

El trabajo de campo realizado, permitirá, además, la recolección de información necesaria para la caracterización socioeconómica de las organizaciones objeto de estudio, uno

de los objetivos de los que está a cargo el semillero *Entropía*. Y esta caracterización económica a su vez, contribuirá a la identificación de una posible cadena de valor actual, permitiendo su fortalecimiento, como también brindará algunos aspectos relevantes para la construcción del plan de negocios, como la identificación del producto, trabajando en conjunto con las organizaciones.

1.3 Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar las actividades de apoyo en trabajo de campo en el municipio de Guapi (Cauca), asociadas al componente socioeconómico del Proyecto “ECONAVIPESCA PACIFICO: ECOSISTEMA PARA LA NAVEGACIÓN PESQUERA SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE GUAPI, CAUCA”

Objetivos Específicos:

- Establecer un marco conceptual alrededor de la cadena de valor, aplicable al entorno social y ambiental del proyecto.
- Analizar las condiciones socioeconómicas y ambientales de la población objeto de estudio.
- Identificar perfiles ocupacionales de la población objeto de estudio.

2. Contextualización teórica

2.1 Marco teórico

Siguiendo el objetivo de la práctica profesional y con el fin de cumplir con las actividades asignadas, es importante tener una base teórica para la construcción de una cadena de valor. Por lo tanto, se acude a la Guía General Para el Desarrollo de Cadenas de Valor, de la Organización Internacional del Trabajo (2016), donde se define el concepto de cadena de valor de Kaplinsky (2004) como “aquella que describe la gama de actividades que se requiere para llevar un producto o servicio desde su concepción, pasado por las fases intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición final después de su uso” (p.2).

El desarrollo de las cadenas de valor podría ocurrir a partir de algunos motores de cambio que pueden ser aprovechados, como la eficiencia del sistema en la reducción de costos y logrando que tanto actores grandes como los pequeños actúen juntos dentro de la cadena. Es importante además que el producto cumpla con las condiciones de la demanda logrando calidad para posicionarse en el mercado y una ventaja competitiva sobre los competidores por medio de la diferenciación del producto en toda la cadena de producción, siendo necesario que el producto se piense a partir de la garantización de buenas normas sociales y ambientales y de un entorno empresarial favorable (Organización Internacional del Trabajo, 2016).

La OIT (2016), muestra que, los cinco pasos principales del desarrollo de las cadenas de valor son:

I. La selección de sectores: identificar el sector donde se pueda lograr un mayor impacto. Para lograr esto se proponen cuatro pasos:

1. Definir los objetivos y el grupo meta
2. Establecer criterios de selección, que deben tener en cuenta el tamaño, la relevancia y las perspectivas;
3. Evaluar rápidamente los sectores económicos disponibles en la región, para elegir aquel donde se llevará a cabo la cadena de valor;
4. Realizar una reunión consultiva con las partes interesadas, para decidir el sector, teniendo en cuenta las prioridades, la capacidad y la viabilidad.

II. El análisis de sistemas de mercado, donde se debe realizar un mapeo de la cadena de valor que permita identificar las complejidades del sector, esto se logra por medio de la realización de entrevistas y la creación de grupos focales para delimitar las oportunidades, limitaciones y un análisis de resultados. Para el mapeo de las cadenas de valor se necesita:

1. La realización de un diagrama de flujo sencillo
2. Elaborar un inventario de actores del mercado
3. Ilustrar oportunidades y limitaciones
4. Identificar los diferentes mercados para un producto o servicio
5. Identificar la manera en que los productos llegan al mercado final
6. Agregar información al diagrama cuadriculado

Para realizar la investigación de la cadena de valor es importante determinar las limitaciones o déficits específicos y los actores del mercado pertinentes. Y además, decidir el contenido de la investigación de la cadena de valor. En este sentido, los aspectos a tener en cuenta al momento de realizar investigaciones sobre cadena de valor, son: el análisis del mercado final del producto; el diálogo social entre las organizaciones involucradas; entender el contexto de las condiciones laborales de los actores involucrados; el nivel de adición de valor de las empresas locales a la economía local; la igualdad de género para garantizar la participación de las mujeres; identificar los costos y sus posibles determinantes; la forma como se distribuyen las relaciones de poder; y finalmente, identificar mecanismos de prestación de servicios y actores empresariales y de servicios.

III. El diseño de las intervenciones: debe realizarse a la medida de las realidades del mercado local que garanticen la participación de los grupos favorecidos y dar solución a los cuellos de botella. Lo primero es analizar las principales limitaciones identificadas durante la investigación de la cadena de valor. Y segundo, vincular las limitaciones a las reglas y funciones de apoyo específicas dentro del sistema de mercado.

IV. La implementación de la cadena de valor: debe surgir como un modelo de negocio sostenible, que puede medirse a través de un flujo de caja.

V. El monitoreo y medición de resultados, donde se sugiere la norma de medición de resultados del Comité de Donantes para el Desarrollo Empresarial (DCED). Y también puede darse a través de indicadores financieros para identificar su viabilidad.

Así mismo es importante obtener una base que permita aplicar las cadenas de valor al municipio de Guapi de manera exitosa, para lo que se usará el aporte de Plazas, et. al. (2008) en su estudio para el departamento del Cauca plantean que se pueden implementar cadenas de valor mediante una estrategia integral que tenga un énfasis en la inteligencia competitiva, la gestión del conocimiento, la asociatividad y la gestión ambiental y tecnológica. La metodología que se propone en el trabajo de Plazas, et. al. (2008) consiste en dar importancia a la participación activa de la comunidad objeto de estudio. Dentro de una cadena de valor tradicional, el flujo de información es poco o nulo, y su enfoque principal se basa en costos y precios. La estrategia se centra en un producto básico, cuya orientación principal es la oferta. Los actores que forman la estructura organizacional son independientes y se busca lograr la competitividad de la empresa.

Por su parte, la cadena de valor que plantean Plazas, et. al. (2008), tiene un enfoque diferente: el flujo de información es extensivo, el enfoque está en el valor y la calidad de un producto diferenciado, los actores se organizan de manera interdependiente, y se busca principalmente la competitividad de la cadena. Para lograr esto, se plantean varias fases que permiten la implementación de la estrategia integral. La primera fase consiste en plantear una línea de base y una descripción del posible mercado local con revisión de documentación para entender lo ocurrido dentro de la cadena productiva y que permita entender el contexto de la misma. La segunda fase consiste en realizar un diagnóstico participativo y mapa de instituciones y demás actores claves para el proceso, para identificar problemas y comprender la situación actual. La tercera fase consiste en ver a la cadena como una red empresarial donde se plantee el plan estratégico y el plan de acción, que promueva la generación de redes sociales para alcanzar objetivos comunes entre productores. Finalmente, la cuarta fase consiste en realizar una cartera de proyectos que dé solución a los desafíos que se revelaron en el diagnóstico participativo.

2.2 Marco contextual

La región del Pacífico colombiano ha presentado históricamente ciertas problemáticas, como el conflicto armado y el desempleo, lo que ha desencadenado que distintos actores políticos y económicos conciban este territorio como un territorio marginal o frontera agrícola. Sus características han dificultado su integración social, económica, cultural y política lo que ha hecho que esta región sea concebida principalmente como objeto de explotación de recursos naturales o como punto de escala comercial (Universidad Nacional y Universidad del Cauca, 2020). Guapi es un municipio situado en la costa del Pacífico colombiano, perteneciente al departamento del Cauca en los límites con el departamento de Nariño, cuenta con la tercera población más grande de todo el Pacífico colombiano.

Mapa. Municipio de Guapi



Fuente: Humanitarian Response – OCHA Services (2022)

Guapi es un municipio que ha sido directamente afectado por el conflicto armado colombiano, debido a que se encuentra en una situación de aislamiento, lo que ha traído como consecuencia que el desarrollo de la zona sea muy lento. Según datos del Departamento Nacional de Planeación (2016) existen regiones donde el conflicto armado se ha intensificado, es el caso del Pacífico Caucaño (Guapi), Valle del Cauca y el sur del departamento del Chocó. Estos lugares se caracterizan por una baja dinámica económica, y por el predominio de su economía basada en el sector primario. A pesar del proceso de paz firmado en el año 2016, aún existe la presencia de algunos grupos disidentes en estas zonas, incrementando los niveles de inseguridad.

Alrededor del 80% de las familias del municipio dependen de la actividad pesquera y de la agricultura (Ministerio de Trabajo, 2013). La cadena de valor de la pesca con la que cuenta actualmente este municipio se caracteriza por ser una cadena de valor tradicional. La producción se realiza de manera manual y artesanal, por medio del uso de mallas, pararrayos, anzuelos e instrumentos manuales como trampas. Las embarcaciones no son demasiado sofisticadas y funcionan a propulsión con pequeños motores. El periodo de pesca puede tener

una duración de uno a cinco días. Dentro de la producción se acude al conocimiento tradicional de los pesqueros sin ningún tipo de calificación laboral.

En la fase de transformación y distribución de la cadena de valor, los actores de este sector son los mismos que transforman y comercializan el producto. Las mujeres cumplen un papel importante dentro de la comercialización para el consumo local. La transformación consiste en que el producto puede ser vendido bien sea fresco, seco, ahumado o salado. La recolección de especies de mayor nivel comercial, es llevada a Buenaventura, a través de intermediarios como las pesqueras comerciales. En la etapa final de cadena de valor que es el consumo, el 20% de la producción se consume en la comunidad local.

En términos de costos para realizar esta actividad, el costo de mayor incidencia en toda la operación pesquera es el consumo de combustible. El combustible en Guapi es 16% más alto en comparación con la mayoría de las zonas del país; esto se debe a que el municipio de Guapi no cuenta con vías de acceso y por lo tanto el combustible debe ser importado desde el puerto de Buenaventura en el departamento del Valle del Cauca (Universidad Nacional y Universidad del Cauca, 2020)

En este sentido, el proyecto ECONAVI PESCA PACÍFICO en el municipio de Guapi, busca intervenir en esta problemática por medio del diseño e implementación de un modelo de sistema pesquero sostenible, para mejorar la calidad de vida de los locales. El objetivo general del proyecto consiste en “fortalecer y desarrollar las capacidades y la autoeficacia del ecosistema comunitario mediante el diseño de un modelo de pesca sostenible bajo metodologías de innovación abierta y co-creación que contribuya a reducir el impacto ambiental y económico generado por el actual sistema de combustibles fósiles” (Universidad Nacional y Universidad del Cauca, 2020, p. 10).

El proyecto está enfocado en tres organizaciones pesqueras, Aservipesca, Renacer Progresista Guapireño y Asociación Nueva Bella vista, que están integradas por un total de 46 personas, de las cuales 16 son mujeres y 30 hombres. La actividad pesquera es mayoritariamente masculina, sin embargo, las mujeres están integradas en toda la cadena de valor.

La participación del semillero de investigación Entropía, se ve reflejada en la puesta en marcha de dos de los tres objetivos específicos del proyecto. El primero consiste en desarrollar un modelo sustentable asociado a la cadena de valor de la pesca artesanal en

Guapi a través de la caracterización de los factores socioeconómicos y ambientales del ecosistema. Y el segundo, consiste en proponer un plan de negocios articulado a los emprendimientos sociales, fortaleciendo el modelo de pesca sostenible propuesto.

Para la caracterización socioeconómica, se plantea realizar una recopilación de análisis y de estadísticas de fuentes secundarias del municipio de Guapi; analizar la actual cadena de valor del municipio; recopilar información socioeconómica a partir del instrumento de captura que se ha diseñado en conjunto con las organizaciones en Guapi; finalmente identificar el posible nicho de mercado del producto. Para el plan de negocios, se plantea realizar encuentros con las organizaciones a través de grupos focales; analizar su actividad formativa; realizar capacitaciones sobre administración y finanzas; definir el modelo de negocio para cada asociación con el fin de que logren tener mayores ingresos.

3. Contextualización metodológica

Para el desarrollo del objetivo general y los objetivos específicos de este anteproyecto se plantea utilizar métodos de investigación mixtos, que implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, que puedan prestar una visión conjunta de un fenómeno estudiado (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Dentro de los métodos a utilizar en la investigación se encuentran, la recopilación y análisis de información secundaria, literatura académica e institucional, diálogo semiestructurado con las organizaciones de pesqueros nativos, entendiendo al diálogo semi estructurado como “una forma de entrevista que consiste en recolectar información general o específica, mediante diálogos con individuos, grupos familiares, o grupos enfocados para generar un intercambio de información. Busca evitar algunos de los efectos negativos de los cuestionarios formales” (J-Green, 2007). “Las entrevistas semi estructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información”. (Hernández-Sampieri, 2014, p. 403)

De otro lado, se procederá a validar y aplicar el instrumento de captura de información, que consiste en una encuesta, definida como, “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo

más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”. (García et. al., 1993, p. 141).

La estructura del instrumento es una estructura basada en la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE, cuenta con tres módulos: vivienda, hogares y personas. Dentro de las preguntas se analizan variables demográficas, socioeconómicas y ambientales, tales como el sexo, nivel educativo, nivel de ingresos, tipo de actividad económica, manejo de desechos, entre otras. Para la validación y captura de esta información se realizará primero una prueba piloto de manera virtual con un representante de cada organización involucrada en el proyecto lo que permitirá realizar ajustes para que el instrumento llegue de manera más acertada a las organizaciones y cumpla los objetivos propuestos para la caracterización socioeconómica y ambiental.

Posteriormente, los datos serán recopilados a través de un censo, entendido como “el conjunto de las operaciones consistentes en recoger, recopilar, evaluar, analizar y publicar o divulgar de alguna otra forma datos demográficos, económicos y sociales” cuya función es “recopilar, procesar y divulgar estadísticas detalladas locales sobre la población, su composición, características, distribución espacial y organización (familias y hogares)” (Naciones Unidas, 2010) y se aplicará a las 46 personas que hacen parte de las tres organizaciones. La información recolectada será analizada mediante técnicas de estadística descriptiva. Finalmente, los resultados obtenidos serán validados a través de encuentros con actores claves de la comunidad.

Finalmente, se realiza una revisión de literatura sobre los perfiles ocupacionales, para revisar la metodología más pertinente que permita elaborar los perfiles ocupacionales de la población objeto de estudio. Una vez realizada esta revisión, se procede a caracterizar la oferta laboral por medio de los datos recopilados en el instrumento.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia de Recursos Verdes del Japón (J-Green) 2007. *Estudio de validación de desarrollo rural participativo, basado en la conservación del suelo*. Documento 4. San Lorenzo Paraguay. Recuperado de: https://www.jica.go.jp/project/spanish/panama/2515031E0/data/pdf/3-18_01.pdf

Alcaldía de Guapi (2020). *Plan de desarrollo Municipal “Guapi Somos Todos” 2020-2023*. Colombia: Guapi. Recuperado de: https://alcaldiaguapicauca.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldiaguapicauca/content/files/000243/12122_pdm-guapi-final-2020-2023-de-18062020.pdf

Arena Gonzáles, Carolina. (2004) *Actividad de pesca artesanal y desarrollo local sostenible del municipio de Bahía Solano, Chocó*. Trabajo para optar por el título de Antropólogo. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Antropología. Universidad de los Andes. Recuperado de: <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/20962/u245627.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Colombia Plural. (22 de octubre de 2018). *Guapi a oscuras: ¿Quién responde?* Colombia Plural. Recuperado de: <https://colombiaplural.com/guapi-a-oscuras-quien-responde/>

DANE (2018). Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). *Censo nacional de población y vivienda (CNPV) 2018*. Bogotá D.C. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/107->

DANE (2018). Boletín Técnico: *Medida de pobreza multidimensional Municipal de fuente Censal. CNPV 2018*. Bogotá D.C. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2018/informacion-censal/bt-censal-pobreza-municipal-2018.pdf

DANE. (2020). *Boletín técnico: Pobreza monetaria Departamental. Año 2019*. Bogotá D.C. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2019/Boletin-pobreza-monetaria_2019.pdf

García M, Ibáñez J, Alvira F. (1993) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación*. Alianza Editorial. Madrid. Recuperado de: <http://metodo1.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/164/2014/10/Garcia-et-al-El-analisis-de-la-realidad-social-metodos-y-tecnicas-de-la-investigacion.pdf>

Hernández-Sampieri, R. (2014) *Metodología de la investigación*. México. D.F. Sexta Edición. Editorial Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. ISBN: 978-1-4562-2396-0, 634 p. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Humanitarian Response – OCHA Services (2022). *Plan de respuesta humanitaria, Colombia*. Recuperado de: <https://www.humanitarianresponse.info/es/operations/colombia>

Kaplinsky (2004). *Spreading the gains from globalization: what can be learnt from value-chain analysis, Problems of economic transition*, Vol. 47, No. 2: 74-115. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/5173219_Spreading_the_Gains_from_Globalization_What_Can_Be_Learned_from_Value-Chain_Analysis

Ministerio de Trabajo. (2013). *Perfil productivo. Municipio de Guapi*. Bogotá D.C. Recuperado de: https://issuu.com/pnudcol/docs/perfil_productivo_municipio_guapi

Moreno, Larissa. (2018). *La pesca y los pescadores artesanales en Colombia*. 19. 343-377. 10.33026/peg.v19i2.5514.

Naciones Unidas (2010) *Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación*. Revisión 2. Departamento de asuntos económicos y sociales. División de Estadística. Nueva York. Recuperado de: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_67rev2s.pdf

Nutz, N., Sievers, M. (2016) *Guía General para el desarrollo de cadenas de valor. Cómo crear empleo y mejores condiciones de trabajo en sectores objetivos*. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf

Plazas, A., Pemberthy, L., Sánchez, D. (2008) *Hacia el planteamiento de una estrategia integral para mejorar la competitividad de productores rurales de pequeña escala en el Cauca - Colombia*. En Revista Internacional Administración y Finanzas. (RIAF) Volumen 1. Recuperado de: <https://www.theibfr.com/es/download/riaf/2008-riaf/riaf-v1n1-2008/RIAF-VIN1-2008.pdf>

Redacción de El País. (21 de Junio de 2018). *Entregan línea eléctrica entre Cauca y Nariño*. El País. Recuperado de: <https://www.elpais.com.co/economia/entregan-linea-electrica-entre-cauca-y-narino.html>

Universidad Nacional de Colombia y Universidad del Cauca, (2020). *Proyecto Econavi Pesca del Pacífico: Ecosistema para la navegación pesquera sostenible en el municipio de guapi, Cauca*. Colombia. Dirigido a la Embajada de Suecia.

DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1. Marco conceptual alrededor de la cadena de valor aplicable al entorno social y ambiental del proyecto ECONAVIPESCA en el municipio de Guapi, Cauca	3
1.1. La cadena productiva	3
1.2 La cadena de valor	6
1.3. Evolución de cadenas productivas a cadenas de valor	16
Capítulo 2. Caracterización socioeconómica y ambiental de la Población objeto de estudio	22
2.1. Diseño y contenido del instrumento	23
2.2 Población objetivo	26
2.3. Características de las viviendas	26
2.4. Características de los hogares	32
2.5. Características de las personas	34
Capítulo 3. Perfiles ocupacionales de la Población objeto de estudio	41
3.1 Estado del arte alrededor de los perfiles ocupacionales	41
3.2. Caracterización de la oferta laboral	45
CONCLUSIONES FINALES	59
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	69

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1. Distribución de la población según departamento de nacimiento	37
---	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cadena productiva	4
Figura 2. Eslabones de una cadena productiva de insumos	5
Figura 3. Cadena de valor	7
Figura 4. El sistema de mercado	10
Figura 5. Cuadro comparativo entre cadena productiva y cadena de valor	16
Figura 6. Evolución de cadena productiva a cadena de valor	17

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cantidad de Viviendas, Hogares y Personas encuestadas, según asociación	26
Tabla 2. Distribución de la población según afiliación a régimen de salud	38
Tabla 3. Denominación del curso	49
Tabla 4. Tipo de curso en el que le gustaría capacitarse	51
Tabla 5. Ocupación actual de la población mayor de quince años distinta a la pesca	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución porcentual del total de viviendas, según el tipo de vivienda	27
Gráfico 2. Número promedio de cuartos por vivienda y cuartos utilizados para dormir, según asociación	28
Gráfico 3. Distribución porcentual de la conexión a servicio público, según asociación	29
Gráfico 4. Distribución porcentual del total de viviendas, según el tipo de energía o combustible con el que cocinan	30
Gráfico 5. Distribución porcentual del tipo de ocupación de la vivienda, según asociación	31
Gráfico 6. Distribución porcentual del número de bienes y servicios a disposición de los hogares, según asociación	32
Gráfico 7. Distribución de hogares al interior de las asociaciones con y sin menores de 15 años	33

Gráfico 8. Distribución de hogares al interior de las asociaciones con y sin adultos mayores	34
Gráfico 9. Distribución de la Población según grupos etarios y sexo	35
Gráfico 10. Distribución porcentual de la población mayor de quince años, según estado civil	36
Gráfico 11. Distribución porcentual de la población según ciudad de nacimiento	38
Gráfico 12. Distribución de la población según el acceso a programas sociales	39
Gráfico 13. Distribución de la población que sí y no sabe leer y escribir, según asociación	46
Gráfico 14. Distribución de la población total mayor de quince años, según el grado de escolaridad completo	47
Gráfico 15. Distribución de la población mayor de quince años, según el grado de escolaridad completo y según asociación	48
Gráfico 16. Distribución porcentual de la población mayor de quince años que ha asistido a algún curso de capacitación	49
Gráfico 17. Motivos por los que las personas mayores de quince años no se encuentran capacitando	50
Gráfico 18. Distribución porcentual de la población mayor de quince años ocupada	52
Gráfico 19. Razones por las que las personas ocupadas desean cambiar de empleo	54
Gráfico 20. Razones por las que la población mayor de quince años no se encuentra trabajando	55

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca desarrollar las actividades de apoyo asociadas al componente socioeconómico del proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO en el municipio de Guapi (Cauca), por medio de la consecución de tres objetivos específicos: establecer un marco conceptual alrededor de la cadena de valor, aplicable al entorno social y ambiental del proyecto; analizar las condiciones socioeconómicas y ambientales de la población objeto de estudio; e identificar perfiles ocupacionales de la población objeto de estudio. Los tres capítulos del presente trabajo desarrollan los tres objetivos específicos propuestos en la práctica profesional.

El primer capítulo presenta un marco conceptual alrededor de la cadena de valor aplicable al entorno social y ambiental del proyecto y se divide en tres apartados principales. El primer apartado consiste en presentar diferentes aportes teóricos y conceptuales alrededor de la cadena productiva haciendo referencia a autores como Hirschman y Coase, quienes antecedieron el concepto. En el segundo apartado se propone el desarrollo teórico y la conceptualización de la cadena de valor, para ello se comienza esbozando los antecedentes que permitieron la construcción del concepto, aludiendo a David Ricardo. Y luego se toma el aporte de Michael Porter y otros autores para realizar la conceptualización. Por último, se procede a explicar algunos componentes claves dentro de la construcción de una cadena de valor tomando como referencia la guía general de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En el tercer apartado se presenta la evolución de una cadena productiva a una cadena de valor, por medio del aporte de diversos autores y se presenta el planteamiento de una intervención por medio de una estrategia basada en la asociatividad, la gestión del conocimiento y la gestión ambiental.

El segundo capítulo desarrolla la caracterización socioeconómica y ambiental de las asociaciones involucradas en el proyecto y se divide en cinco apartados. En el primero se realiza una breve descripción del instrumento que permitió caracterizar a las asociaciones y sus componentes. Seguido por la descripción de la población encuestada. Más adelante se presentan otros tres apartados basados en los datos recopilados en la encuesta de caracterización que dan cuenta de características de las viviendas, hogares y personas, donde se analizan variables sociodemográficas y ambientales de los miembros de las asociaciones y sus familias

El tercer capítulo presenta la elaboración de los perfiles ocupacionales de la población objeto de estudio y se divide en dos componentes. El primero consiste en presentar un estado

del arte alrededor de estudios aplicados donde se construyen perfiles ocupacionales. Se empieza con el aporte de estudios realizados a nivel internacional, en casos de estudio de países europeos y latinoamericanos y finalmente se presentan estudios realizados a nivel nacional, en distintos municipios y ciudades de Colombia llevados a cabo por el Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo (PNUD) y distintas instituciones aliadas. El segundo componente presenta la caracterización de la oferta laboral por medio de la información obtenida en el cuestionario y se analizan variables como el nivel educativo, las expectativas de formación, la experiencia laboral, entre otras.

Finalmente se presentan unas conclusiones finales del trabajo desarrollado, tomando en cuenta que todo lo aquí planteado debe ser validado con las comunidades objeto de estudio.

Capítulo 1. Marco conceptual alrededor de la cadena de valor aplicable al entorno social y ambiental del proyecto ECONAVIPESCA en el municipio de Guapi, Cauca

Con el fin de cumplir con el primer objetivo de la práctica profesional, en esta sección se presenta una ampliación del marco conceptual sobre la cadena de valor propuesta en el capítulo dos de este informe. En la consecución de este primer objetivo fue necesario abordar algunos planteamientos teóricos que llevaron a estructurar el concepto de cadena de valor, e identificar los aspectos claves que podría permitir conocer si existe o no una cadena de valor de la pesca artesanal en las tres organizaciones participantes, y en caso de que no exista obtener herramientas para establecer lineamientos que permitan construirla.

Esta fase inicia con la búsqueda, recopilación y análisis de literatura desde diferentes enfoques que aborden conceptos claves como la cadena productiva y la cadena de valor. Sumado a ello, se revisa literatura que permita establecer algunos componentes para desarrollar una cadena de valor que se ajusten al entorno social y ambiental del proyecto, de acuerdo a estrategias aplicadas en entornos similares y que puedan ser replicadas, teniendo en cuenta aspectos como la asociatividad, la gestión del conocimiento y la gestión ambiental. Una vez realizada esta revisión, se clasifica la información obtenida con el fin de identificar la más pertinente para aplicar en el contexto del proyecto.

1.1. La cadena productiva

En términos de agrupamientos productivos, las teorías de eslabonamiento planteadas por Albert Hirschman (1964), muestran los primeros acercamientos al concepto de cadena productiva. El autor plantea la existencia de cierto grado de integración entre las empresas cuando se desarrolla una relación que involucra todas las partes que las conforman, o que, por otra parte, puede darse cierto nivel de interacción, cuando la relación solo se da entre algunas de estas partes.

Estos encadenamientos se representan en las decisiones de inversión y cooperación enfocadas en la producción de materias primas, que estén involucradas en la elaboración del producto final y surgen a partir de la necesidad de los empresarios de participar en nuevos mercados, y generar una mayor eficiencia en el sistema productivo. De acuerdo a esto, los eslabonamientos dan paso a la evolución del concepto de cadena productiva, al plantearse que las empresas se relacionan cuando la necesidad de cada una así lo exige.

Por otro lado, Coase (1937) introduce la visión de la empresa como un nexo de contratos, que involucra nuevos acuerdos productivos como las alianzas estratégicas, franquicias, subcontratación y otros pactos contractuales no convencionales. Un componente importante dentro del aporte de este autor son las empresas que tienden a organizarse de manera que se minimicen los costos de transacción, por medio de la coordinación.

Estos aportes teóricos muestran ciertos mecanismos de interacción que presentaban las empresas al relacionarse entre sí, con el objetivo de disminuir costos y obtener una mayor utilidad y dan inicio a la construcción de lo que más adelante se definirá como cadena productiva.

Ahora bien, el término cadena productiva hace referencia a una red social de actores (Plazas, et. al., 2008) que constituyen una cantidad de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado (Vizcarra, 2007).

Figura 1. Cadena productiva



Fuente: Elaboración propia con base en Vizcarra (2007)

Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI, 2004) señala que la cadena productiva es el “conjunto de empresas que conforman una línea de producción, partiendo de actividades como la obtención o explotación de materia prima hasta la comercialización de bienes finales” (p. 25). Este conjunto se caracteriza por ser secuencial con distintos procesos de producción enlazados por diferentes etapas por las que pasa un bien o servicio. Estas etapas o eslabones generan vínculos para hacer más competitivos los productos.

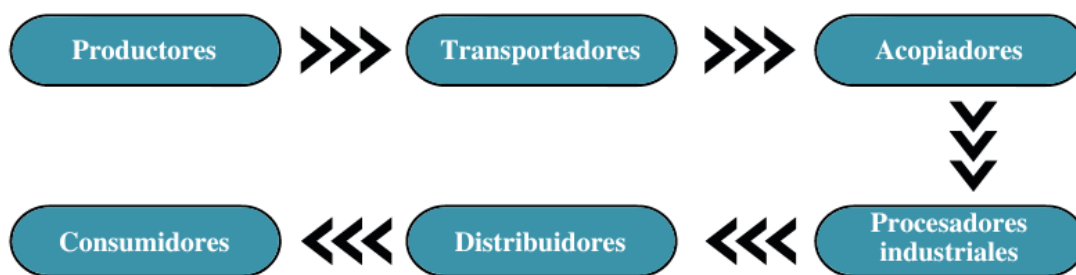
Eslabones de la cadena productiva

Los eslabones son aquellas agrupaciones de actores de la cadena productiva, que realizan actividades económicas afines. Por un lado se encuentra la agrupación de actores dedicados a la producción de materias primas; por otro lado, aquellos dedicados a la

transformación y finalmente aquellos que se dedican a la comercialización. Estos eslabones tienen características tecno-productivas distintas que van a incidir en la producción en su conjunto, en términos de eficiencia y productividad (ONUDI, 2004).

Dado que cada eslabón posee características diferentes, esta diferencia también se puede ver reflejada en términos de calidad, cantidad y oportunidad del producto (Deménius, et. al. 2011). Por lo tanto, en cada etapa se agrega valor, y ocurren procesos de interrelación entre los agentes, creando también jerarquías y buscando el beneficio individual. Para ilustrar mejor el concepto, a continuación, se presenta el esquema de una cadena productiva de insumos.

Figura 2. Eslabones de una cadena productiva de insumos



Fuente: Elaboración propia, con base en ONUDI, (2004)

La figura 2, muestra los eslabones de la cadena productiva, donde se encuentran los agentes involucrados en cada eslabón, empezando por los productores y terminando en los consumidores finales. Dentro de este eslabonamiento están implícitas las actividades de producción, transformación y comercialización.

En el interior de las cadenas productivas hay actores vinculados directamente en las actividades primarias, pero también existen otros que están involucrados de manera indirecta, al ofrecer servicios de apoyo. Los actores directos actúan e interactúan dentro de la cadena; mientras que, los indirectos brindan apoyo a los actores directos, en términos de crédito, transporte, comunicaciones, asistencia técnica, etc. (Heyden & Camacho, 2004).

Clústers

El término hace referencia a un conjunto de industrias encadenadas a través de relaciones verticales y horizontales¹ (Porter, 1991). Se caracterizan por organizarse a partir de

¹ Indica que existen relaciones de manera directa (cadena productiva) o de manera indirecta (actividades de apoyo) entre distintas empresas localizadas generalmente muy cerca.

factores comunes (localización, transporte, etc.) con el fin de aumentar su ventaja competitiva. A través de este trabajo conjunto se brinda acceso a información sobre proveedores, tecnología, para mejorar la relación entre oferta y demanda. Normalmente se encuentran desempeñando actividades que están estrechamente relacionadas con economías de aglomeración² y especializadas por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializada y de servicios conexos específicos al sector.

1.2 La cadena de valor

A principios del siglo XIX, en 1817, David Ricardo introdujo el concepto de ventaja comparativa como una evolución a la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la define como la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro.

El modelo ricardiano, como afirma Krugman (2006) es el modelo más sencillo para explicar la razón que impulsa el comercio exterior: las diferencias entre países. Los países tenderán a exportar los bienes en los que tienen una productividad del trabajo relativamente elevada, es decir los que producen de manera más barata que otros países. De esta manera, la producción del país estará determinada por la ventaja comparativa, pues dentro de ella se producirán los bienes que tienen mayor productividad y se importarán los que generan costos de trabajo más altos.

Estos aportes teóricos si bien están referidos al comercio exterior, sirven para entender los antecedentes que rodean la construcción del concepto de ventaja competitiva, dado que muestran la importancia de las diferenciaciones para obtener un cierto grado de superioridad sobre otros. En base a estas diferencias las empresas podrán obtener ventajas sostenibles en el tiempo.

Ahora bien, la teoría de la *ventaja competitiva* fue introducida por Porter en 1985, para explicar las razones que pueden hacer a una empresa o un país más competitivo que otro. El término hace referencia a aquellas características con las que cuenta un producto o servicio que le dan cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos. En este sentido, la ventaja competitiva crecerá en la medida que se genere más *valor*.

El *valor* en términos competitivos se entiende como la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona. Es un reflejo del alcance del producto en cuanto al precio y a las unidades que se puedan vender. Por lo tanto, la meta de

² El término hace referencia a las ganancias que obtienen las empresas por localizarse unas cerca de otras.

una estrategia genérica es lograr que una empresa sea lucrativa cuando los costos sean menores al valor que se impone.

Para generar valor a largo plazo es importante que la empresa tenga ventaja competitiva en costos, es decir, la capacidad de ofrecer un producto al costo mínimo para sus clientes (precio, costos de traslado, de espera, entre otros); por medio de la diferenciación del producto, que tiene que ver directamente con los atributos del producto (empaquete, diseño, estilo, asistencia técnica, etc.) o enfocándose en un segmento específico del mercado (área geográfica, clientes potenciales) (Porter, 1991). De esta manera el valor se crea cuando la empresa logra disminuir los costos, aumentar el desempeño o crear ventaja competitiva para su comprador, permitiendo su diferenciación con el resto de empresas.

En este sentido, Michael Porter en 1985 introduce el término *cadena de valor* en su búsqueda por establecer un marco para analizar a las empresas en sus sectores industriales, a la competencia y la forma de establecer una estrategia que le permita obtener una posición ventajosa respecto de sus competidores. Él plantea que la ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo porque cada una de las actividades que se realizan dentro de ella puede contribuir a la posición de costo relativo y crear base para la diferenciación.

Porter (1991) introduce la *cadena de valor* como una herramienta de análisis que permite ver hacia adentro de la empresa, en búsqueda de una fuente de ventaja en cada una de las actividades que se realizan y la define como el conjunto de actividades que una organización debe desarrollar para llevar un producto desde el productor hasta el consumidor en un sistema de negocios. La cadena de valor se convierte en una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan, con el fin de analizar las fuentes de la ventaja competitiva con las que se pueda contar.

Figura 3. Cadena de valor



Fuente: Elaboración propia con base en la *cadena de valor genérica* de Porter (1991)

La cadena de valor planteada por Porter (1991) que se muestra en la figura 3, consiste en lo que él denomina como las actividades de valor y del margen. El *margen* es entendido como la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor. Por su parte, las *actividades de valor* son las distintas actividades que realiza una empresa y son de dos tipos: actividades primarias y actividades de apoyo.

Las *actividades primarias* son las implicadas en la creación física del producto y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta. Se dividen en cinco categorías genéricas, la *logística interna*, concerniente a actividades relacionadas con el almacenamiento y control de los insumos del producto, tales como el control de inventarios y el retorno a los proveedores; las *operaciones*, en las cuales se registran las actividades asociadas a la transformación de esos insumos en el producto final, como empaque, impresión, entre otras; *logística externa*, incorporando las actividades dedicadas a la selección, almacenamiento y distribución física del producto, como el procesamiento de pedidos, manejo de vehículos, almacenes (p. 57); el *marketing y ventas*, que se refieren a las actividades que se realizan para posicionar el producto en el mercado y encontrar la mejor vía para que llegue al comprador, tales como, fuerza de ventas, promociones, publicidad, exposiciones, presentaciones de propuestas; y, finalmente, los *servicios post ventas*, donde se hace referencia a las actividades dedicadas a mantener el valor del producto, como la instalación y reparación (p.58).

Por otro lado, se encuentran las *actividades de apoyo*, son aquellas que sustentan y se asocian a las actividades primarias, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa. Estas actividades pueden asociarse a

actividades primarias específicas, pero también pueden prestar apoyo a la cadena completa, tal es el caso de la infraestructura que se presenta como apoyo a la cadena completa en el modelo de Porter (1991). Su principal objetivo es incrementar la eficiencia de las actividades principales y el proceso de creación de valor.

Dentro de las actividades de apoyo se encuentran *la infraestructura* donde se ofrecen operaciones de soporte a toda la empresa, planificación, contabilidad, finanzas, etc.; *la investigación, desarrollo y diseño* en las cuales se crea valor a través de conocimientos, procedimientos o tecnología; *los recursos humanos*, son actividades relacionadas al personal de la empresa, dedicadas a la contratación, búsqueda, formación y desarrollo de este; y *el abastecimiento*, donde están las materias primas utilizadas en la cadena de valor (pp. 58-60).

Ahora bien, las actividades de valor permiten determinar si una empresa tiene un costo alto o bajo en relación con sus competidores. La forma cómo se desempeña cada actividad de valor determina cuál es la contribución a las necesidades del comprador y permitirá establecer la diferenciación. Al comparar las cadenas de valor de los competidores se pueden exponer diferencias que determinan la ventaja competitiva definida por Porter (1991).

Existe un conjunto de factores en la cadena de valor que inciden sobre los costos o sobre el valor generado. Hay generadores de costos que son difíciles controlar, entre los que se encuentran el aprendizaje, el grado de integración, las políticas, la localización, entre otras. Los generadores de valor, por su parte, son las razones por las cuales una actividad es exclusiva dentro de la cadena de una organización.

Por otro lado, se tiene el concepto de cadena de valor propuesto por Kaplinsky (2004) la define como “aquella que describe la gama de actividades que se requiere para llevar un producto o servicio desde su concepción, pasado por las fases intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición final después de su uso” (p.2).

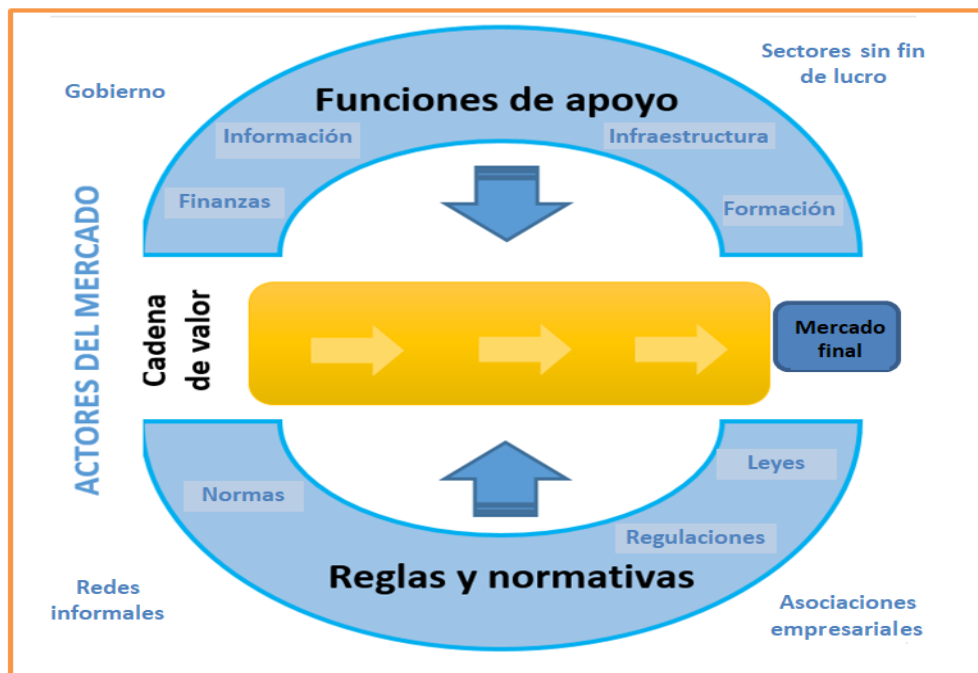
En un sentido más amplio, el término cadena de valor hace referencia al hecho de que se agrega valor a los productos mediante la combinación con otros recursos. A medida que el producto pasa a través de distintas fases de la cadena aumenta su valor (Organización Internacional del Trabajo, 2011). Las cadenas de valor pueden ser globales o locales, dependiendo el tipo y la escala de producción de cada una. Los productos de cada una competirán con productos y servicios similares que pueden estar estructurados de una manera diferente en su cadena de valor.

De esta manera, una cadena de valor se refiere a todos los vínculos comerciales y de recursos entre los agentes presentes en cada eslabón y los agentes indirectos, que permiten generar valor al producto final, al concebir nuevas formas de realizar cada actividad, por medio del uso de nuevas tecnologías, diferentes insumos o distintos procedimientos.

1.2.1 Mapeo de cadenas de valor

Ahora bien, para entender cómo se desarrollan las cadenas de valor, es importante primero comprender el entorno en el que se encuentran. Como manifiesta Porter (1991) la cadena de valor se encuentra en un sistema mucho más amplio, que supera la línea de transacciones entre el productor y el consumidor. Según la guía general de la Organización Internacional del Trabajo (2016), dentro de este sistema se encuentran involucrados diferentes actores de mercado, como los proveedores de servicios de desarrollo empresarial, las instituciones gubernamentales y las organizaciones no gubernamentales.

Figura 4. El sistema de mercado



Fuente: Elaboración propia, con base en OIT, (2016)

Como muestra la figura 4, estos actores cumplen funciones de apoyo, (información, formación, finanzas, insumos) y establecen normas para la conformación del funcionamiento de la cadena de valor, estas a su vez, pueden ser analizadas como lo que se denomina un *sistema de mercado* interconectado, donde surgirán nuevas funciones de apoyo y reglas. Al analizar estos sistemas de mercado interconectados se podrán comprender las limitaciones

que puedan tener para ser intervenidos y lograr que la cadena de valor pueda ser sostenible a largo plazo.

El *sistema de mercado* está definido como “el arreglo en el que intervienen múltiples actores y funciones que comprende tres conjuntos principales de funciones (básicas, reglas y normativas y funciones de apoyo) adoptadas por diferentes actores, y a través de las cuales tienen lugar los intercambios” (OIT, 2016, p. 24).

En la guía en favor del trabajo decente de la OIT (2011), se afirma que el desarrollo de los sistemas de mercado, conduce al desarrollo de las cadenas de valor. En este sentido, el diálogo social es un factor importante para que esto ocurra, haciendo especial énfasis en la participación de todas las partes involucradas en el mercado. Esto permite encontrar las soluciones pertinentes a las limitaciones que tienen las cadenas de valor a través de la mejora de los sistemas en los que se integran, es decir, el objetivo debe centrarse en localizar a aquellas instituciones que estén involucradas en la cadena de valor y que puedan servir de ayuda a los integrantes de la misma, utilizando los recursos que estén disponibles localmente.

Ahora bien, el desarrollo de las cadenas de valor podría ocurrir a partir de algunos motores de cambio que pueden ser aprovechados, como la eficiencia del sistema en la reducción de costos y logrando que tanto actores grandes como los pequeños actúen juntos dentro de la cadena. Es importante además que el producto cumpla con las condiciones de la demanda logrando calidad para posicionarse en el mercado y una ventaja competitiva sobre los competidores por medio de la diferenciación del producto en toda la cadena de producción, siendo necesario que el producto se piense a partir de la garantía de buenas normas sociales y ambientales y de un entorno empresarial favorable (OIT, 2016).

Lo importante radica en analizar los sistemas de mercado a profundidad. El fin de este análisis es obtener una comprensión más profunda del mercado y sus restricciones, por medio de un equipo de investigación de la cadena de valor, que reconozca la condición inicial del sector y establezca conexión con los actores pertinentes del mercado. El primer paso, es la creación del equipo para definir el marco estratégico, seguidamente se realiza una investigación inicial con el equipo para realizar el primer mapa de cadenas de valor y conocer las expectativas de los actores, para obtener una comprensión acerca de los grupos pobres y desfavorecidos de su contexto, entendiendo la situación real de la comunidad; además, es necesario comprender el contexto de las cadenas de valor, y así entender cómo funcionan y cuáles son los problemas que presentan; y finalmente debe existir la creación de redes para

realizar una evaluación participativa, con el fin de informar a los actores sobre la iniciativa y familiarizarlos con el equipo de trabajo. Esta investigación inicial, sirve como punto de partida para detectar limitaciones sistémicas (OIT, 2011). Además, servirá como punto de partida para la co -creación de la cadena de valor con la comunidad.

Después de realizada esta investigación inicial, se procede a realizar el mapeo de la cadena de valor el cual permite identificar las complejidades, el estado del sector, y funciona como una herramienta que permite crear una representación visual de las empresas presentes en la cadena de valor, las organizaciones de apoyo y otros actores del mercado (OIT, 2016). Además, permite comprender las etapas por las que pasa el producto o servicio hasta que llega al consumidor final e identificar los distintos canales de mercado que atraviesa (competidores, trabajadores, tamaño de mercado, etc.). Para el mapeo de las cadenas de valor se necesita:

- La realización de un *diagrama de flujo sencillo* donde se visualicen las operaciones básicas de la cadena de valor, desde el inicio/diseño hasta el cliente final.
- Elaborar un *inventario de actores del mercado* que participan en las transacciones de la cadena de valor y aquellos que no están involucrados directamente (instituciones, organizaciones, etc.)
- Ilustrar *oportunidades y limitaciones* en cada nivel de la cadena de valor.
- Identificar los *diferentes mercados* para un producto o servicio
- Identificar la manera en que los productos llegan al *mercado final*
- Agregar información al diagrama cuadrulado, como el número de mujeres o grupos desfavorecidos que se encuentran inmersos dentro de la cadena de valor; naturaleza de las relaciones e información adicional sobre los precios (p. 9).

1.2.2 Investigación de la cadena de valor

Investigar las cadenas de valor es importante en la medida que permite establecer las causas de las limitaciones visualizadas en el mapeo, los posibles cuellos de botella, como una fase de la cadena de producción más lenta o costosa que otras, que ralentiza, retrasa e incluso puede parar el proceso de producción global impidiendo el logro de las metas económicas establecidas y los incentivos de los actores para contribuir a una solución. Además, presenta un camino para aprovechar las oportunidades de mercado; permite identificar factores claves

para las intervenciones; el funcionamiento de mercados concretos, y el papel de determinados participantes (OIT, 2016).

Dada una visión general del sector, se han detectado oportunidades y limitaciones, sin embargo, se hace necesario establecer las causas sistémicas de estas deficiencias al interior de la cadena de valor. Por lo tanto, para iniciar a investigar sobre estas causas subyacentes es importante primero determinar las limitaciones o déficits específicos y los actores del mercado pertinentes. y, por otro lado, decidir el contenido de la investigación de la cadena de valor, que permita obtener la información pertinente (OIT, 2016, p. 12).

Esta fase consiste en la realización de entrevistas y la creación de grupos focales, con los actores del mercado, por medio de facilitadores locales, para lograr examinar los incentivos y motivaciones que llevan a los actores a actuar de determinadas maneras, la capacidad para el cambio y la forma cómo se relacionan. Además, apoyarse en la información secundaria que pueda ofrecer el contexto sobre distintos actores inmersos en la cadena de valor. En este sentido, existen ciertos factores pertinentes para realizar investigaciones de las cadenas de valor.

Los primeros son factores económicos, uno de ellos consiste en analizar el mercado final del producto, esto llevará a estudiar las tendencias de la demanda para lograr lazos más amplios con los consumidores con el fin de ampliar las oportunidades de mercado.

Otro factor Un factor más a tener en cuenta es la identificación de los **costos** y sus posibles determinantes, con el fin de determinar los costos en cada eslabón de la cadena y la posición de esta frente a los competidores y así evaluar una estrategia que resulte más rentable; es importante además, analizar la forma como se distribuyen la relaciones de poder dentro de la cadena para determinar una forma de agregar mayor valor; y finalmente, identificar mecanismos de prestación de servicios y actores empresariales y de servicios, por ejemplo, quienes prestan servicios en accesos a créditos o capacitaciones, con el fin de establecer mecanismos de intervención.

El nivel de adición de valor de las empresas locales a la economía local, es también un factor importante, debido a que se puede generar valor a nivel de economía local, logrando de esta manera un impacto positivo en los ingresos y el empleo. Por lo tanto, es importante averiguar cuál es el eslabón donde se crea el mayor valor a lo largo de la cadena, para determinar cuáles son los factores que impiden a unos actores de la cadena ganar más.

Por otro lado, se encuentran factores sociales indispensables para lograr un mejor acercamiento a la investigación de la cadena de valor capaz de permitir y garantizar espacios de co -creación. Uno de los factores es, el diálogo social, capaz de permitir el intercambio de información entre las organizaciones involucradas y evaluar el nivel de participación de los pequeños productores; otro factor a tener en cuenta es entender el contexto de las condiciones laborales de los actores involucrados, sobre todo aquellos que se encuentran en condiciones de pobreza. Al mejorar sus condiciones laborales se podrá no solo tener repercusiones positivas a nivel social, sino también a nivel económico.

Así también, la igualdad de género constituye un factor importante para garantizar la participación de las mujeres, quienes están involucradas en distintos niveles dentro de la cadena (producción, provisión de servicio, trabajadoras, consumidoras) y enfrentan desafíos adicionales a los que enfrentan los hombres (OIT, 2016). Por lo tanto, es importante entender cuál es la posición y el papel que desempeñan dentro de la cadena para determinar cuáles son las posibles causas que les impiden acceder a las mismas oportunidades que los hombres y de esta manera garantizar su participación dentro de la discusión (OIT, 2016).

1.2.3 Análisis, diseño y desarrollo de la cadena de valor

La evaluación de la investigación se desarrolla con el fin de obtener una visión clara para lograr un cambio sostenible para las cadenas de valor y que permita construir una estrategia clara para involucrar a los distintos actores del mercado. Esta consiste en la evaluación de los resultados de la investigación de la cadena por medio de un “taller de evaluación final, utilizando un marco de sistemas de mercado y aplicándolo a los impulsores del desarrollo de las cadenas de valor (es decir, la eficiencia del sistema, la calidad del producto, la diferenciación del producto, el entorno empresarial y las normas sociales y ambientales)” (OIT, 2016, p. 15).

Para lograr este análisis se debe examinar las limitaciones del proceso de cadena de valor, las cuales afectan el rendimiento global de la cadena; vincular estas limitaciones a las reglas y funciones de apoyo dentro del sistema de mercado, para que exista una coordinación entre los actores del mercado que permita una respuesta eficiente a las necesidades de la demanda; identificar a los actores del mercado inmersos o que actúan bajo incentivos, quienes como ya se ha dicho anteriormente pueden no estar conectados por falta de información.

Y finalmente se deben formular las soluciones que sean sostenibles para la cadena de valor a la medida de las realidades del mercado local con el fin de garantizar la participación de los grupos favorecidos y dar solución a los cuellos de botella. Esta tendrá como resultado, el desarrollo de una estrategia de valor a través de un cambio en el sistema de mercado.

Este examen de los actores del mercado inmersos en la cadena de valor permite establecer conexiones entre los mismos e identificar a aquellos que no se encuentran vinculados para fortalecer los vínculos entre instituciones gubernamentales, asociaciones empresariales y productores locales. En este sentido, se debe crear un marco de intervención por medio de estrategias enfocadas a involucrar a los principales actores del mercado.

Ahora bien, el desarrollo de una cadena de valor debe surgir como un modelo de negocio sostenible capaz de prestar servicios a un distinto número de actores de la cadena, haciendo que la innovación esté puesta a disposición de todos (OIT, 2016). Es decir, se debe buscar beneficiar al mayor número posible de personas. No debe centrarse en el mercado o sector específico sino que debe buscar la inclusión de otros actores del mercado. La innovación propuesta, debe estar a disposición de todos, y debe estimular la adopción de la misma por parte del mercado.

Por lo tanto, las estrategias de intervención propuestas deben incluir a todos los actores del mercado para de esta manera estimular el desarrollo de nuevos modelos de negocio que puedan ser adoptados por el mercado en general, poniendo la información a disposición de todos.

El desarrollo de las cadenas de valor no debe surgir como un grupo meta que toma decisiones por el grupo objetivo, sino por el contrario, debe brindar la información necesaria para que el grupo objetivo tome decisiones de manera independiente como actores activos del mercado, que tienen libertad de decidir por sí mismos con la información suficiente puesta a su disposición.

En este punto es necesario conocer las condiciones del sistema de mercado y ver cómo evoluciona (OIT, 2016) para lograrlo es importante realizar un seguimiento y medición de resultados por medio de un flujo de caja, donde se observan pérdidas, dotación de capital, gastos y deterioros de distintos equipos, para obtener la información necesaria.

Ahora bien, es indispensable realizar un seguimiento continuo de las actividades y de los resultados, en relación a los objetivos planteados. Este seguimiento debe ir encaminado a

cuatro áreas específicas: los insumos utilizados para la intervención, los productos entregados por el proyecto, los resultados logrados por los productos y el impacto a largo plazo. Estos se miden a través de indicadores, que pueden ser cualitativos o cuantitativos (OIT, 2016) y que permitirán medir los logros y cambios de una intervención para identificar y hacer un seguimiento a los obstáculos con el fin de cambiar y adaptar las intervenciones en la cadena de valor. De esta manera se logrará obtener un progreso continuo y sostenible para permitir a la intervención ser adaptable a un entorno de cambio constante.

En este caso los indicadores financieros, proveen una herramienta que permite obtener una mirada a los logros y/o fracasos del proyecto. Además, se debe contar con elementos de recolección de datos como entrevistas, cuestionarios y censos, fáciles de contestar y que permitan evaluar periódicamente la situación de la cadena.

1.3. Evolución de cadenas productivas a cadenas de valor

No todas las cadenas productivas existen con un enfoque de cadena de valor. Como se vio anteriormente, las cadenas de valor son cadenas productivas enfocadas a la demanda y a generar ventaja competitiva para los compradores. En su construcción, existen relaciones de coordinación, y colaboración estratégica entre eslabones y actores que permita el beneficio de toda la cadena. De esta manera, los actores que se involucran en cada eslabón, comparten información y recursos dentro de la relación. Mientras que, en una cadena productiva, los actores involucrados en cada eslabón buscan el beneficio propio y el nivel de confianza es bajo.

Figura 5. Cuadro comparativo entre cadena productiva y cadena de valor

Cadena productiva	Cadena de valor
El flujo de información es poco o nulo	El flujo de información es extensivo
El enfoque principal está en el costo/ precio	El enfoque principal está en el valor/ calidad
Su estrategia es un producto básico	Su estrategia es un producto diferenciado
Se rige por la oferta	Se rige por la demanda
Los actores son independientes	Los actores son interdependientes
Bajo nivel de confianza	Alto nivel de confianza
Se busca la competitividad de la empresa	Se busca la competitividad de la cadena

Fuente: Elaboración propia con base en, Hobbes (2000)

La figura 5 muestra las diferencias entre una cadena productiva y una cadena de valor. Dentro de una cadena productiva tradicional, el flujo de información es poco o nulo, y su enfoque principal se basa en costos y precios. La estrategia se centra en un producto básico, cuya orientación principal es la oferta. Los actores que forman la estructura organizacional son independientes y se busca lograr la competitividad de la empresa. Mientras que, en una cadena de valor, el flujo de información es extensivo, el enfoque está en el valor y la calidad de un producto diferenciado, los actores se organizan de manera interdependiente, y se busca principalmente la competitividad de la cadena (Hobbes, 2000).

En este sentido, las cadenas de valor ofrecen una red de alianzas entre empresas que permiten desarrollar relaciones de negocios para alcanzar un nivel de competitividad mayor al satisfacer necesidades específicas del mercado. Mientras que una cadena productiva desarrolla una descripción de los agentes involucrados en una actividad económica que pasa por ciertas fases con el fin de llevar un producto final al consumidor, sin agregar valor en cada eslabón. Esto permite identificar que las cadenas de valor facilitan la creación de alianzas productivas, mejoran el flujo de información entre los actores y se identifican los problemas de cuellos de botella.

Entendiendo las diferencias existentes entre una cadena productiva tradicional y una cadena de valor, es importante plantear una estrategia que permita una intervención exitosa en el contexto del proyecto. Por lo tanto la implementación de las cadenas de valor puede darse por medio de una estrategia que tenga un énfasis en la asociatividad, la gestión del conocimiento y la gestión ambiental, como se muestra a continuación:

Figura 6. Evolución de cadena productiva a cadena de valor



Fuente: Elaboración propia, con base en Plazas et. al. (2008)

De esta manera es importante conceptualizar cada uno de los componentes presentes dentro de la estrategia que se plantea, para la conversión a cadena de valor.

1.3.1. Asociatividad

La asociatividad puede definirse como aquellos procesos de trabajo colectivo en busca de objetivos conjuntos, participación, liderazgo y comunicación para obtener resultados que de forma individual no serían viables en cuanto a aspectos tanto productivos como comerciales mediante el uso eficiente de recursos (Espinosa, et. al., 2008) y hace referencia a la cooperación y articulación entre organizaciones e instituciones para lograr una mejora en la productividad y la competitividad. Los esquemas asociativos fortalecidos, permiten por medio del trabajo articulado y el aprendizaje compartido, la construcción exitosa de un modelo sostenible (Plazas, et. al. 2008).

Este es un componente base, pues genera lazos de confianza y cooperación entre los productores y demás actores involucrados. La cooperación entre actores puede darse de dos maneras: vertical cuando se colabora con proveedores o clientes y horizontal cuando la colaboración se da entre actores del mismo eslabón (Barratt, 2004).

La asociatividad genera espacios para acceder de manera más sencilla a la capacitación para la producción, materias primas a menor costo, facilidad para acceder a servicios financieros, aumento de la oferta y la capacidad de entrega del producto con el fin de tener más facultades a la hora de enfrentar amenazas del mercado (Cruz, 2019).

Es importante para la asociatividad establecer objetivos comunes y metas claras, que puedan llevarse a cabo por medio de la participación y el trabajo colectivo. Esto permitirá mejorar las dinámicas de los procesos involucrados en la cadena, pues se producirán negociaciones más eficientes por medio de la articulación entre actores de manera colaborativa lo que por un lado, aumentará la oferta, y por otro, mejorará los precios y la calidad. Efectos que podrán ser transmitidos a los consumidores.

Ahora bien, es indispensable que exista un flujo de información eficiente entre los actores involucrados, como se manifestó anteriormente, con el fin de conocer las dinámicas de los procesos internos y externos para suministrar pesquisas acerca del mercado actual. Con esto, se logrará preparar a las empresas para el futuro por medio de la búsqueda de información adecuada en las distintas cadenas productivas que sirva como base para tomar decisiones futuras. Por lo cual se podrá prestar apoyo a los actores involucrados en el proceso, por medio de la recolección de información en cuanto al mercado, demanda, innovación, diseño, entre otras, que pueda convertirse en acciones de quien toma la decisión.

Este apoyo podrá ofrecer a los actores de las cadenas productivas información relevante que permita la toma de decisiones más acertadas. Esta información está disponible gracias a un proceso sistemático de recolección, análisis y gestión.

Para lograr la evolución de una cadena productiva a una cadena de valor, es importante primero generar una visión estratégica compartida por los actores de la cadena; facilitar la orientación de la cadena hacia la demanda; propiciar espacios de aprendizaje compartido, para generar co-innovación y la optimización del proceso productivo individual y colectivo; y mejorar los flujos de información entre todos los actores de la cadena (Plazas, et. al., 2008).

Estos factores incorporados en una estrategia basada en la asociatividad, permitirán una mayor adaptabilidad de los productores rurales de pequeña escala a los cambios del mercado, traducidos en una mayor ventaja competitiva. Es por esto que la asociatividad es el sustento de la construcción de una cadena de valor, pues es el hilo conductor, y la condición indispensable para que se pueda tener una gestión del conocimiento exitosa. Permite generar desarrollo rural y el fortalecimiento de canales comerciales (Cruz, 2019).

1.3.2. Gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento es entendida como aquella que genera, comparte y utiliza el conocimiento tácito y explícito, para obtener mejores niveles de desarrollo en las comunidades. El aprendizaje organizacional continuo, permite generar ventajas competitivas sostenibles (Peluffo y Catalán, 2002). De esta manera, la competitividad debe construirse por medio de la apropiación del conocimiento y el diálogo de saberes.

En la medida en que se tenga un mayor conocimiento organizacional y las vivencias culturales sean apropiadas por los distintos actores, los planes propuestos podrán ser acogidos de manera más sencilla y esto repercutirá en la consolidación de las cadenas de valor.

Dentro del trabajo de Plazas, et. al. (2008) se destaca “el papel de las prácticas de gestión de conocimiento en la cadena, específicamente sobre los aprendizajes introducidos que agregan valor, porque es a través de la generación de espacios de apropiación y difusión social de estos aprendizajes como se permite que las comunidades puedan decidir sobre ellos con solidez y responsabilidad, decisiones sustentadas en las reflexiones sobre la pertinencia de tales conocimientos introducidos” (p. 59)

En este sentido, es necesario observar las particularidades regionales, y las condiciones específicas tanto de los productores como de las instituciones y de los actores que participan. Los saberes tradicionales de los productores deben ser fusionados con los conocimientos académicos, tecnológicos y empresariales, para crear relaciones armoniosas que permitan obtener una visión más amplia del proceso productivo. Además, transmitir estos conocimientos tradicionales a otras generaciones garantiza la conservación de ciertos saberes para que no se pierdan ciertas prácticas.

El conocimiento puede generarse por medio de la articulación con instituciones y actores, la creación de organismos generadores de conocimientos, y de redes que permitan compartir y socializar información relevante. Es importante que la información fluya entre todos los eslabones de la cadena y en todas las direcciones por medio del trabajo en equipo y la comunicación, y termine convirtiéndola en conocimiento capaz de crear valor. (Galeano, et. al., 2008).

Para que exista apropiación del conocimiento, es importante hacer partícipe a los actores de la cadena en el desarrollo de las metodologías propuestas en la investigación, para que los mismos planteen soluciones a sus propios problemas.

De esta manera es importante crear vínculos entre los distintos actores sociales y acciones conjuntas por medio del diálogo, para superar problemas que no podrían ser resueltos de manera aislada. Además, permite que las organizaciones de productores de pequeña escala tengan autonomía y capacidad en la toma de decisiones.

La gestión del conocimiento permitirá viabilizar y orientar a los productores rurales para que puedan ser articulados con el entorno, por medio de espacios de diálogo, impulsando la formación de redes de cooperación y las alianzas estratégicas.

1.3.3. Gestión ambiental

La gestión ambiental nace en los años 70, como parte del pensamiento ambiental (ecodesarrollo y desarrollo sostenible) y como instrumento de diagnóstico y planificación para resolver la problemática ambiental que se generaba, por el ya existente capitalismo industrial (Gómez, 2012). Desde ese momento empezó a pensarse en maneras que llevaran a mitigar los daños ocasionados en el medio ambiente a causa de las actividades económicas, y a la sostenibilidad del desarrollo, es decir crear mayor crecimiento y bienestar social, sin agotar los recursos naturales.

Es entonces cuando surge la gestión ambiental como la gestión de los recursos naturales, en relación con la demanda antrópica que de ellos se hace (Muriel, 2009). Por lo tanto, dados los problemas existentes en la relación sociedad-naturaleza, la gestión ambiental surge como herramienta para presentar una solución capaz de proteger el medio ambiente por medio del uso racional de los recursos naturales, la protección y conservación de los ecosistemas, y la disminución de la contaminación (Red de Desarrollo Sostenible de Colombia, 2001).

En un sentido más amplio, la gestión ambiental es un proceso que está orientado a resolver, mitigar y/o prevenir los problemas de carácter ambiental (Red de Desarrollo Sostenible de Colombia, 2001) con el fin de generar una relación recíproca entre el hombre y la naturaleza.

Dentro de la gestión ambiental es importante conocer los impactos ambientales resultantes de las actividades de la organización; el marco legal y los requisitos ambientales para el sector productivo y dentro de la región; las preocupaciones ambientales de las partes interesadas; la generación, minimización y reciclado de residuos; el uso de recursos como

agua y energía; y las situaciones que han provocado emergencias ambientales en el pasado en la cadena productiva (Prando, 1996).

Según la Red de Desarrollo Sostenible de Colombia (2001) la gestión ambiental que se lleve a cabo debe pensarse a partir de la introducción de la dimensión ambiental en los procesos productivos, donde se realicen prácticas más limpias que permitan aprovechar los recursos, prevengan la contaminación y minimicen y aprovechen los residuos de manera óptima. Además, deben protegerse la biodiversidad y las cuencas hidrográficas por medio de sistemas de monitoreo y la articulación con las corporaciones encargadas, para hacer un uso sostenible de las mismas y conservar su diversidad biológica (p.3).

Por lo tanto, los pequeños productores rurales deben pensar en medidas que afecten lo menos posible al medio ambiente, para de esta manera garantizar, no solo la continuación de sus actividades, sino además un mejor posicionamiento de sus productos atrayendo nuevos consumidores por medio de las buenas prácticas ambientales y finalmente generando mayor competitividad.

El énfasis en la gestión ambiental se hace relevante debido a que los deterioros al medio ambiente que ocasionen los pequeños productores rurales pueden ser irreversibles. Se busca que la demanda de recursos naturales sea equilibrada con la capacidad del medio ambiente, para de esta manera, responder a las demandas de una manera sustentable (Colby, 1990). Se busca, por medio del diálogo (gestión del conocimiento) fusionar saberes tradicionales de manejo de los recursos, con las nuevas concepciones, con el fin de obtener por medio de las prácticas de gestión ambiental, una utilidad mayor del producto.

Para finalizar esta sección, se puede decir que la cadena de valor es una herramienta importante para obtener ventajas competitivas por medio de la creación de valor en todos los eslabones de la cadena productiva. Todas las actividades que realice una empresa, separadas en grupos, ofrecerán la información necesaria para comprender el comportamiento de los costos y las potenciales fuentes de diferenciación. En este sentido, desarrollar una cadena de valor entorno a la actividad económica principal como la pesca, permite a las asociaciones involucradas en el proyecto ECONAVIPESCA en el municipio de Guapi, Cauca, alcanzar ventaja competitiva frente a sus competidores, crear empleo, mejorar las condiciones de trabajo y por ende, generar desarrollo y mejorar su calidad de vida y el de la comunidad en general.

Sin embargo, el énfasis debe centrarse en construir la cadena de valor a la medida de las realidades del mercado local y al contexto real de las organizaciones, para garantizar la participación de los grupos involucrados y las comunidades menos favorecidas en un proyecto que sea sostenible a largo plazo y sobre todo, plantee una visión futura acorde a los objetivos de las organizaciones.

Por lo tanto, aquí se plantea una estrategia basada en la co -creación que permite estar acorde al contexto, los limitantes, y las condiciones en las que se encuentran las organizaciones. De esta manera, las intervenciones llevadas a cabo por los grupos participantes en el proyecto, deben ser flexibles y focalizadas para reconocer los aspectos que se requiere fortalecer. Se debe brindar orientación a las asociaciones para que los actores actúen con los criterios adecuados y construyan relaciones entre instituciones y productores, que complementen sus actividades sin perder su autonomía, para alcanzar el desarrollo de la producción rural.

La estrategia planteada ofrece un potencial importante en escalas regionales para el desarrollo de las cadenas de valor, a partir de un factor clave como la asociatividad, que permite fortalecer el sistema productivo, en la cual podría existir una libre participación de las organizaciones con base en el respeto mutuo y el reconocimiento de los actores participantes. Las instituciones deben estar comprometidas a apoyar a los componentes con los que tengan más afinidad para conseguir que los productores rurales desarrollen ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Capítulo 2. Caracterización socioeconómica y ambiental de la Población objeto de estudio

Con el fin de cumplir con el segundo objetivo propuesto en la práctica profesional, el análisis de las condiciones socioeconómicas de la población objeto de estudio se basará en la información recolectada por el cuestionario aplicado como censo a las organizaciones asociadas al proyecto en el municipio de Guapi, Cauca.

Se debe recordar que un censo es un procedimiento estadístico mediante el cual se investigan las unidades de observación pertenecientes a un universo de estudio (UNECE, 2000). Su función es recoger, recopilar, evaluar, analizar y publicar o divulgar de alguna otra forma datos demográficos, económicos y sociales (Naciones Unidas, 2010). La recolección de los datos y de la información individual de todos los elementos que conforman un universo de estudio, permite organizar y ampliar el conocimiento que se tenga sobre éste.

La metodología censal debe ser aplicada cuando la extensión territorial y la población no es tan amplia. En poblaciones menos numerosas lo óptimo es realizar una estrategia censal (Naciones Unidas, 2010). Por lo tanto, se utiliza esta metodología ya que la población censada no es tan amplia, está referida a las tres organizaciones de pescadores involucradas en el proyecto, y se podría incorporar al 100% de la población.

Uno de los fines de la aplicación del censo es caracterizar a las organizaciones de pescadores involucradas en el proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO en el municipio de Guapi. Una caracterización es entendida como un tipo de estudio de índole esencialmente descriptiva, la cual puede recurrir a la consecución de datos cuantitativos y cualitativos con el objeto de aproximarse al conocimiento y comprensión de las estructuras, características, dinámicas, acontecimientos y experiencias asociadas a un objeto de interés (Sánchez, 2010; Strauss y Corbin, 2002).

La caracterización permitirá identificar información sobre atributos generales y particulares de las organizaciones, como las condiciones demográficas, socioeconómicas y ambientales, tales como el sexo, nivel educativo, nivel de ingresos, tipo de actividad económica, entre otras, además de proveer información para el desarrollo de la cadena de valor y el plan de negocios.

El censo utiliza como herramienta un cuestionario definido como un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (Hernandez-Sampieri (2014) citando a Chateaneuf, 2009) y contiene preguntas de manera ordenada vía agrupación temática. El cuestionario tiene un objetivo multipropósito, lo que permitirá capturar información de diferentes temáticas que robustecen el propósito de la investigación.

2.1. Diseño y contenido del instrumento

La estructura del instrumento es una estructura basada en la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE. Cuenta con seis módulos y 99 preguntas de dos tipos: cerradas las cuales contienen varias opciones de respuesta previamente delimitadas. Y por otro lado se tienen preguntas abiertas que no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo tanto, contienen categorías de respuestas casi ilimitadas (Hernández-Sampieri, 2014).

El cuestionario está dirigido no solamente a los integrantes de las organizaciones, sino también a las personas que forman parte de su hogar, con el fin de determinar características socioeconómicas de la población objeto de estudio.

A continuación, se realiza una breve descripción de cada módulo:

Primer módulo. *Identificación del hogar*

Consiste en la identificación del hogar con dos preguntas claves destinadas a definir cuántos hogares y cuántas personas hay en cada vivienda. El DANE, define al hogar como “una persona o grupo de personas que ocupan la totalidad o parte de una vivienda y que se han asociado para compartir la dormida y/o la comida. Pueden ser familiares o no entre sí”. (DANE, 2022)

Segundo módulo. *Características generales*

Consiste en identificar el rol que cumple el encuestado en el hogar, y otras variables demográficas, como estado civil, edad, sexo, entre otras y además determina aquellas personas presentes en el hogar que pertenecen a alguna de las tres organizaciones.

Tercer módulo. *Nivel educativo*

Está destinado a detectar perfiles ocupacionales por medio de variables que miden el nivel de educación y los cursos de capacitación para el trabajo que han tomado las personas.

Cuarto módulo. *Actividad económica-pesca*

Este módulo es exclusivo para aquellas personas que realizan la actividad de la pesca artesanal. Permite identificar aspectos claves de la cadena productiva de la pesca de las asociaciones. Por un lado, se pregunta sobre los insumos utilizados en la actividad y proveedores.

También se pueden identificar lugares donde se realiza la producción y sus cantidades. Se cuestiona además sobre procesos de conservación, transformación y comercialización. Y finalmente se indaga sobre posibles daños al ambiente que se puedan generar con la actividad y sobre métodos que se utilicen para mitigar sus efectos.

Quinto módulo. *Actividad económica- otras actividades*

Este módulo es aplicable a personas que no realizan la actividad de la pesca, sino otras actividades económicas que les puedan generar algún tipo de ingreso. Está destinado a identificar qué otro tipo de actividades realizan los encuestados y cómo las realizan, cuáles son las condiciones laborales en las que trabajan y sus aportes a seguridad social.

Recolección de información

La encuesta fue aplicada durante el trabajo en campo a los miembros de las asociaciones quienes brindaron información sobre los miembros del hogar y en algunos casos se pudo recolectar la información de manera directa con informante directo.

2.2 Población objetivo

El censo fue aplicado a tres organizaciones específicas que practican la pesca artesanal y sus familias en el municipio de Guapi: Aservipesca, Renacer Progresista Guapireño, y Asociación Nueva Bella Vista. En total el instrumento pudo recolectar información de 24 viviendas y hogares encuestando a un total de 109 personas, como se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 1. Cantidad de Viviendas, Hogares y Personas encuestadas, según asociación

Asociación	Número Viviendas	Número Hogares	No. Personas
Aservipesca	7	7	35
Renacer Progresista Guapireño	6	6	19
Nueva Bella Vista	11	11	55
Total	24	24	109

Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

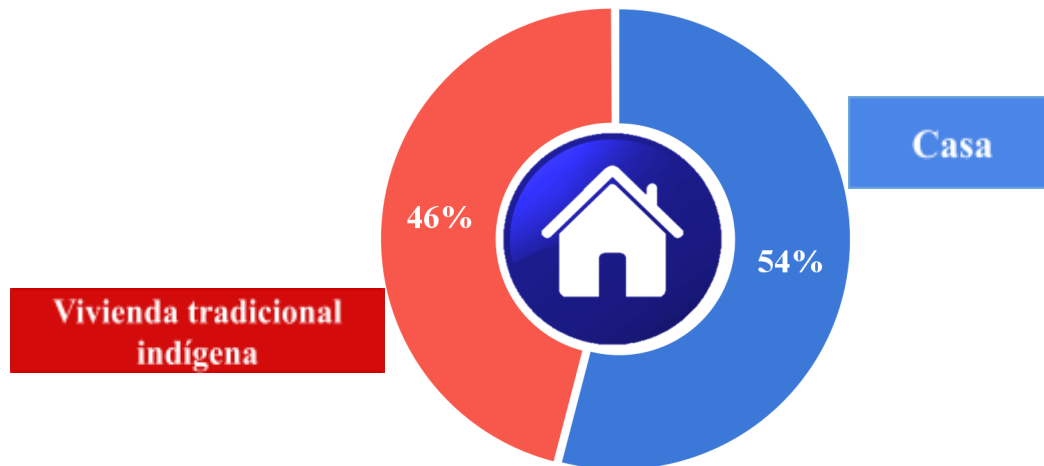
En cuanto a la distribución de hogares y personas encuestadas por asociación se tiene un total de 7 hogares de Aservipesca con un total de 35 personas, de Renacer Progresista Guapireño 6 hogares, con 19 personas encuestadas y de Nueva Bella Vista conformada por 11 hogares y 55 personas.

Una característica importante de la población es que los integrantes de la Asociación Nueva Bella Vista hacen parte del resguardo indígena Epedara Siapidara y se ubican en la vereda “El Pedrero” Temuey del Municipio de Guapi (Universidad Icesi, 2018), mientras que, las demás organizaciones cuentan con población afrodescendiente y están ubicados en la cabecera municipal del municipio de Guapi.

2.3. Características de las viviendas

Entre las características de las viviendas de los hogares encuestados se encontró que existen dos tipos de viviendas que predominan, el 46% son viviendas tradicionales indígenas y el 54% restante son casas. El siguiente gráfico muestra esa distribución.

Gráfico 1. Distribución porcentual del total de viviendas, según el tipo de vivienda



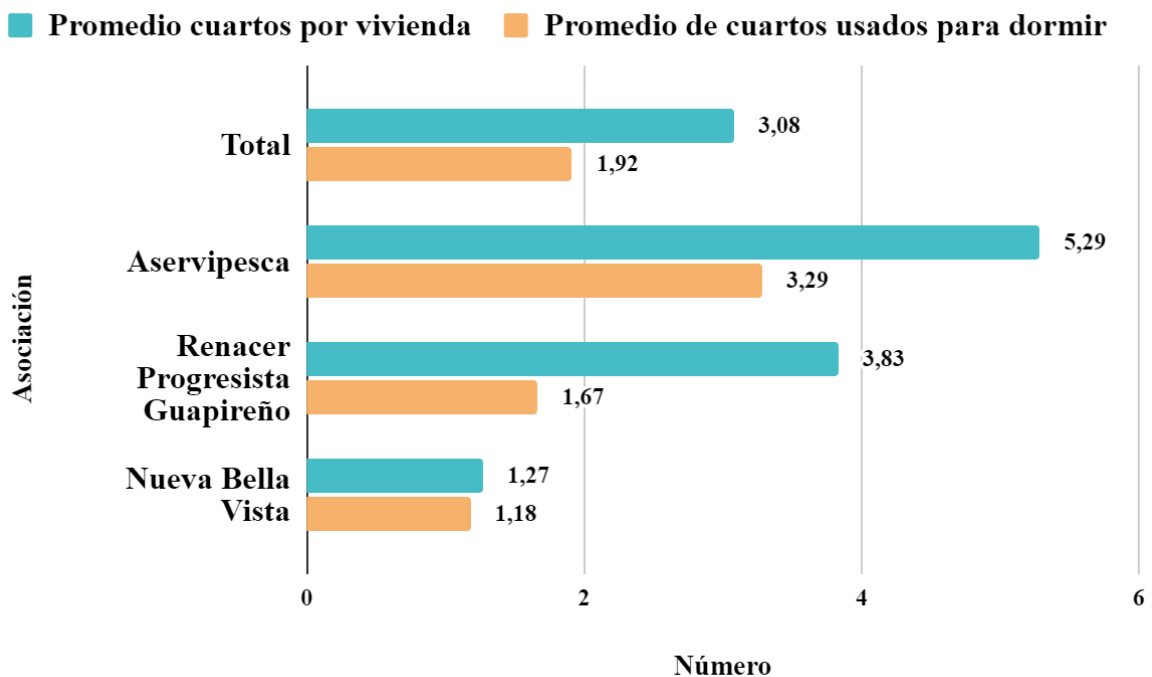
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Los datos afirman que el 54% de hogares encuestados tienen vivienda tipo casa, y este porcentaje corresponde a las asociaciones Aservipesca y Renacer Progresista Guapireño, mientras que el 46% de los encuestados dicen tener tipo de vivienda tradicional indígena, de los cuales su 100% está representado por Nueva Bella Vista.

Con respecto al material predominante de los pisos y paredes de las viviendas, se encontró que el 100% de las viviendas en Nueva Bella Vista, tiene como material predominante de pisos y paredes la madera pulida, tabla o tablón. El 71% de las viviendas en Aservipesca, son de ladrillo, bloque o material prefabricado, y el 29% son de madera pulida, tabla o tablón. En cuanto a los pisos el 57% de viviendas de esta asociación tienen piso en cemento o gravilla y el 43% en madera pulida, tabla o tablón. En Renacer Progresista Guapireño, el 67% de las viviendas son de madera pulida, tabla o tablón y el 33% en ladrillo, bloque o material prefabricado y en cuanto a los pisos el 50% tiene pisos en madera, 33% en cemento o gravilla y 17% en tierra o arena (ver anexo 1 y 2).

Se encontró, además, que el número promedio de cuartos con los que cuentan las viviendas en la totalidad de hogares encuestados es de tres, de los cuales en promedio se utilizan dos para dormir.

Gráfico 2. Número promedio de cuartos por vivienda y cuartos utilizados para dormir, según asociación



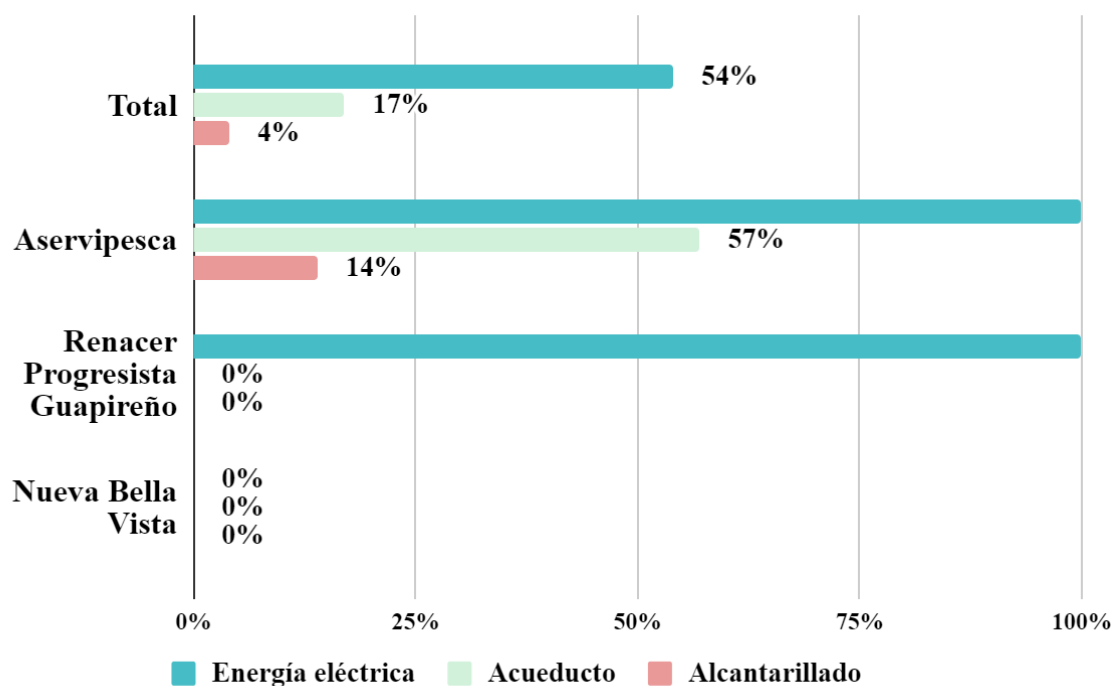
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Al discriminarlo por asociación, se encuentra que el número promedio de cuartos por vivienda en la asociación Aservipesca es de 5, de los cuales utilizan en promedio 3 para dormir. Mientras que en Renacer Progresista Guapireño, el promedio de cuartos por vivienda es de 4, donde se utilizan en promedio 2 cuartos para dormir. Y en Nueva Bella Vista, el promedio de cuartos por vivienda es 1, donde se utiliza en promedio 1 cuarto para dormir. A partir de estos datos se pueden ver algunas diferencias que radican en el tipo de edificación, teniendo en cuenta que el total de viviendas de Nueva Bella Vista son viviendas tradicionales indígenas, donde el tipo de edificación sugiere un solo cuarto amplio sin divisiones, donde duermen y cocinan.

2.3.1 Cobertura de servicios públicos

En cuanto a la cobertura de servicios públicos se encontró que, del total de viviendas encuestadas, el 54% tienen acceso a energía eléctrica, el 17% a acueducto y solo el 4% de viviendas tienen acceso a alcantarillado.

Gráfico 3. Distribución porcentual de la conexión a servicio público, según asociación



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

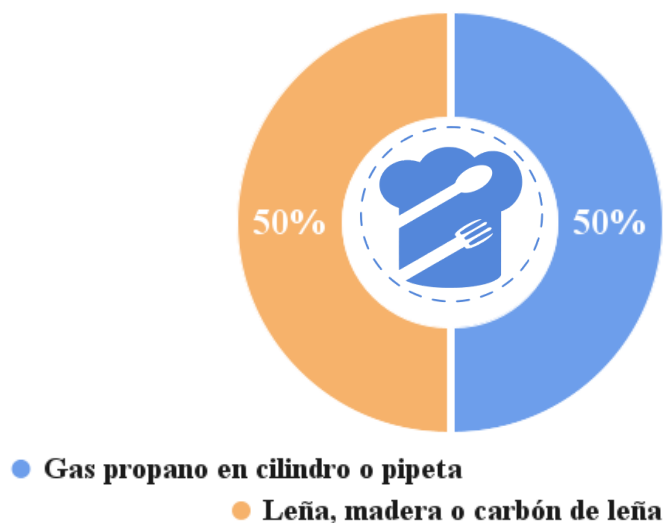
Al interior de la asociación Aservipesca el 100% de las viviendas tiene acceso a energía eléctrica, el 57% tienen acueducto y el 14% alcantarillado. Al interior de Renacer Progresista Guapireño el 100% de las viviendas tienen acceso a energía eléctrica y no tienen acueducto ni alcantarillado. Mientras que, en Nueva Bella Vista, las viviendas no tienen acceso a ningún servicio público. En trabajo de campo se logró observar que esta comunidad obtiene energía eléctrica de una pequeña planta situada en la comunidad, el agua para consumo humano de aguas lluvias, y el servicio sanitario es la naturaleza.

En cuanto a la calidad de los servicios públicos, de las viviendas que tienen acceso a energía eléctrica que son las de Aservipesca y Renacer Progresista Guapireño, el 77% de los encuestados manifiestan tener constancia en el servicio mientras que el 23% responde que presenta interrupciones una vez a la semana. En cuanto al acueducto, el 100% de las viviendas obtienen el agua para consumo humano de las aguas lluvias, ligado de alguna manera a la baja potabilidad del agua que presta el acueducto municipal. El 86% de hogares encuestados de Aservipesca y el 100% Renacer Progresista Guapireño manifestaron no tener cobertura de alcantarillado, y por tanto utilizan sanitario conectado a pozo séptico (ver anexo 3).

Los servicios públicos domiciliarios de Acueducto, Alcantarillado los administra la empresa municipal oficial EMGUAPI S.A.S ESP por disposición municipal desde el 15 de agosto del 2017 (Alcaldía de Guapi, 2020)

En lo referente al tipo de combustible con el que cocinan, se encontró que en el 50% de las viviendas se utiliza gas propano en cilindro o pipeta y el otro 50% de las viviendas cocina con leña, madera o carbón, como se muestra en el gráfico 4.

Gráfico 4. Distribución porcentual del total de viviendas, según el tipo de energía o combustible con el que cocinan



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

El 100% de las viviendas de la asociación Aservipesca utilizan gas propano en cilindro o pipeta. Mientras que en Renacer Progresista Guapireño, el 83% de las viviendas cocinan con gas propano en cilindro o pipeta y el 17% restante con leña, madera o carbón. En la asociación Nueva Bella Vista el 100% de las viviendas utilizan leña, madera o carbón para cocinar.

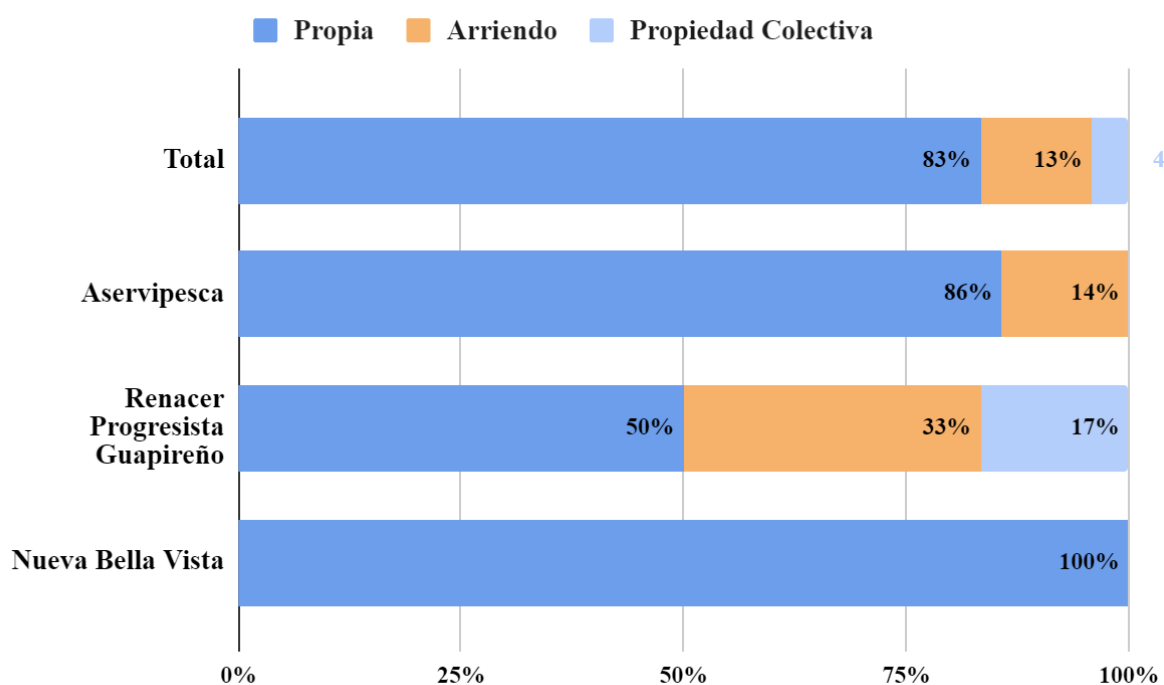
Las personas que utilizan gas manifestaron que este tipo de combustible es muy costoso en el municipio, este problema se deriva de los problemas de transporte que presenta el municipio, lo que ocasiona altos costos en distintos productos y servicios.

En cuanto al sistema de recolección de basuras del total de viviendas el 50% queman los residuos mientras que el otro 50% la elimina tres veces a la semana con el carro recolector de basura del municipio. La recolección está a cargo de la empresa EMGUAPI S.A.S ESP, y los residuos sólidos se llevan a una celda de contingencia provisional ubicada en la vereda Temuey (Alcaldía de Guapi, 2020).

De esta distribución al interior de las asociaciones el 100% de viviendas de Aservipesca, y el 83% de las viviendas de Renacer Progresista Guapireño elimina las basuras por medio del carro recolector. Mientras que en el 17% de los hogares se quema la basura. Por el contrario en Nueva Bella Vista el 100% de viviendas quema los residuos (ver anexo 4).

Otra característica alrededor de la vivienda que se identificó es que el 83,3% de las viviendas ocupadas son propias, el 12,5% son arrendadas, y el 4,2% son de propiedad colectiva, como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 5. Distribución porcentual del tipo de ocupación de la vivienda, según asociación



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

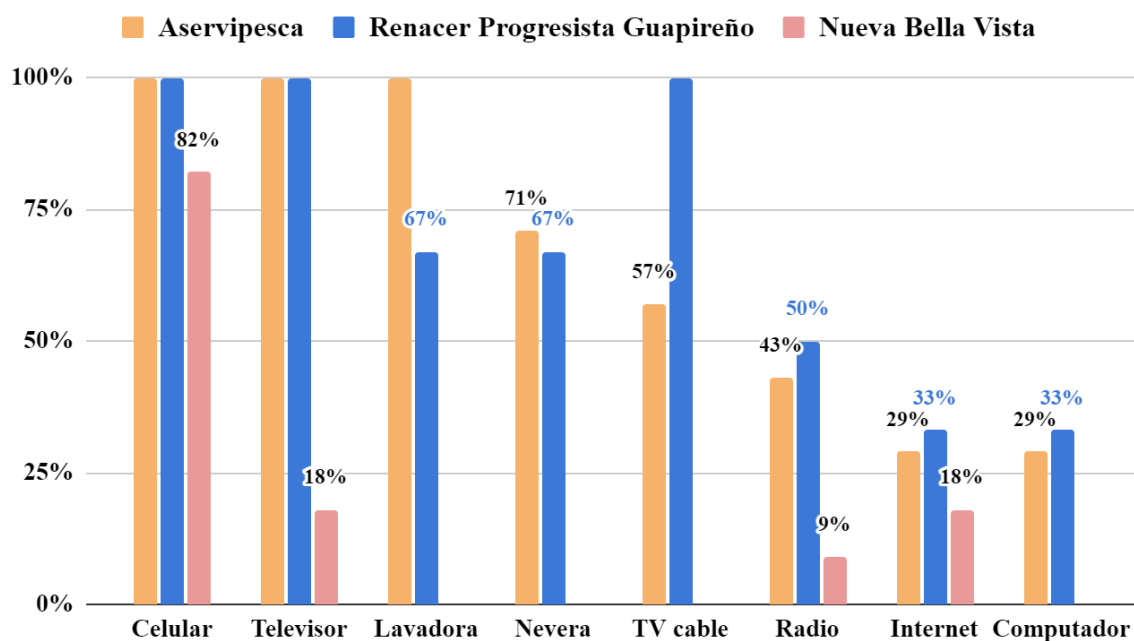
De esta distribución, el 100% de las viviendas de la organización Nueva Bella Vista son propias. En Aservipesca el 86% de las viviendas son propias y el 14% arrendadas, mientras que en Renacer Progresista Guapireño el 50% de viviendas son propias, el 33% arrendadas y el 17% de propiedad colectiva. Nueva Bella Vista y Aservipesca que son las asociaciones con una mayor proporción de viviendas propias, tienen hogares de en promedio 5 personas, lo que puede tener relación con la propiedad de las viviendas. En Renacer Progresista Guapireño, los hogares tienen en promedio 3 personas lo que puede tener relación con una menor proporción de viviendas propias. (ver anexo 5)

2.4. Características de los hogares

Para el caso de la población objeto de la encuesta, se tiene el mismo número de viviendas que de hogares, es decir, un total de 24 hogares, de los cuales, al momento de la encuesta, 23 son multipersonales y 1 unipersonal, con un promedio de 5 personas por hogar.

Al interior de los hogares existe un número de bienes y servicios que están puestos a disposición del hogar. Para este caso se encontró que al interior de los hogares de las tres asociaciones los bienes que predominan son el celular y el televisor, y el bien al que menos tienen acceso es el computador. Por el lado de los servicios, el internet es el servicio con el que menos cuentan los hogares y el servicio de televisión por cable es el que predomina al interior de las tres asociaciones. Esta distribución se muestra a continuación.

Gráfico 6. Distribución porcentual del número de bienes y servicios a disposición de los hogares, según asociación



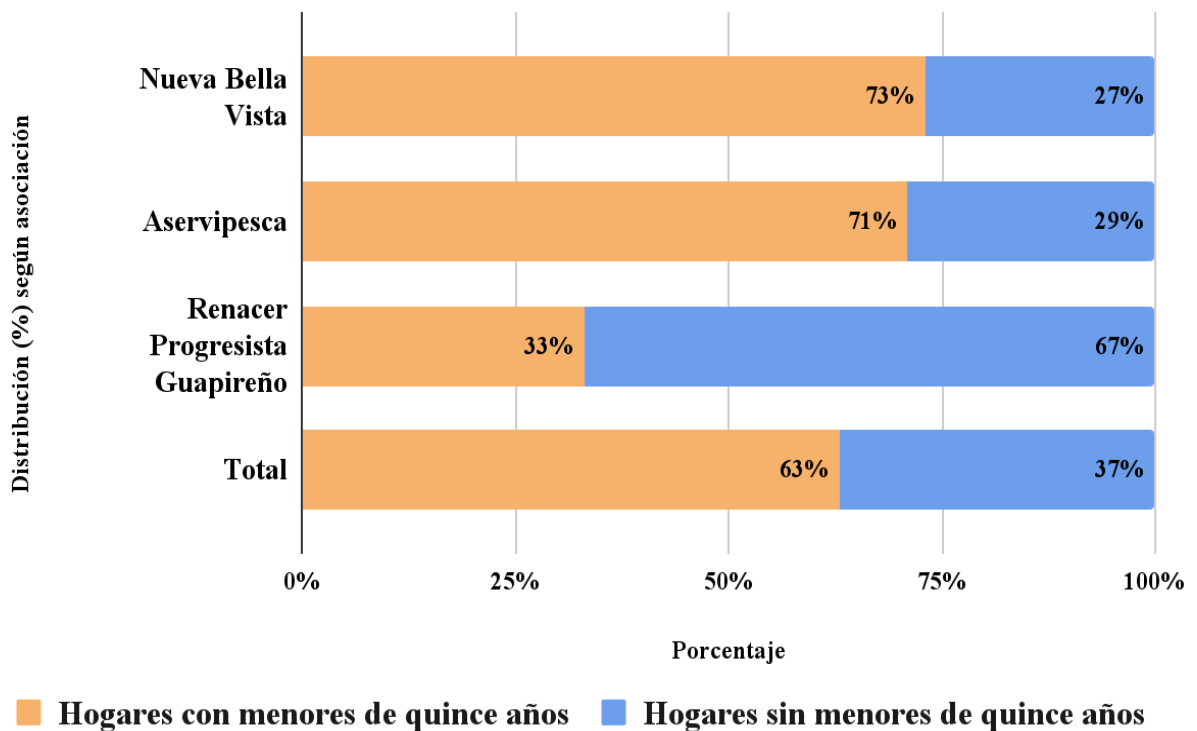
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Al interior de la asociación Nueva Bella Vista, los hogares tienen a disposición cuatro bienes y servicios, el 82% de los hogares tiene celular, el 18% televisor e internet y el 9% radio. Es la asociación que tiene un menor número de bienes y servicios a disposición de los hogares debido a que no tienen cobertura de energía eléctrica.

En Aservipesca, el 100% de los hogares tiene celular, televisor y lavadora. el 71% nevera, el 57% TV cable, el 43% radio y el 29% internet y computador. Mientras que en Renacer Progresista Guapireño el 100% de los hogares tiene celular, televisor y TV cable, el 67% tienen nevera y lavadora, el 50% tiene radio y el 33% tiene internet y computador.

En cuanto a la presencia de menores de quince años en los hogares, se encontró que el 63% de hogares tienen presencia de menores de quince años, mientras que en el 37% restante no se conforma por menores de 15 años al interior de los hogares. Esto indica que en la mayoría de los hogares hay niños y adolescentes. Esta distribución se muestra a continuación

Gráfico 7. Distribución de hogares al interior de las asociaciones con y sin menores de 15 años

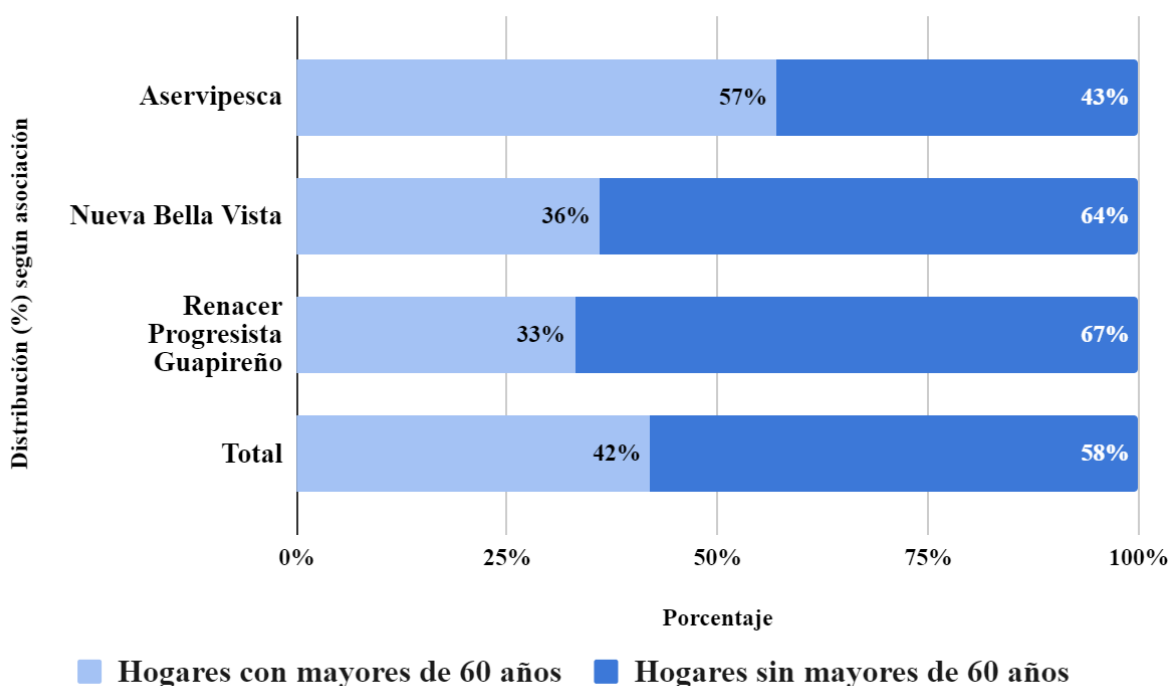


Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Al interior de las asociaciones, en Nueva Bella Vista un 73% de los hogares tienen menores de quince años, mientras el 27% no tiene menores de quince años. En Aservipesca, el 71% de hogares tienen menores de 15 años y el 29% no los tiene. Mientras que en Renacer Progresista Progresista Guapireño el 33% de los hogares tiene menores de 15 años frente a un 67% de hogares donde no hay menores de quince años. Esto indica que al interior de Nueva Bella Vista y Aservipesca hay una mayor proporción de hogares con niños y adolescentes.

En lo referente a los hogares con y sin adultos mayores, se encontró que en total el 42% de los hogares tiene presencia de adultos mayores de 60 años mientras que en el 58% de los hogares no hay adultos mayores.

Gráfico 8. Distribución de hogares al interior de las asociaciones con y sin adultos mayores



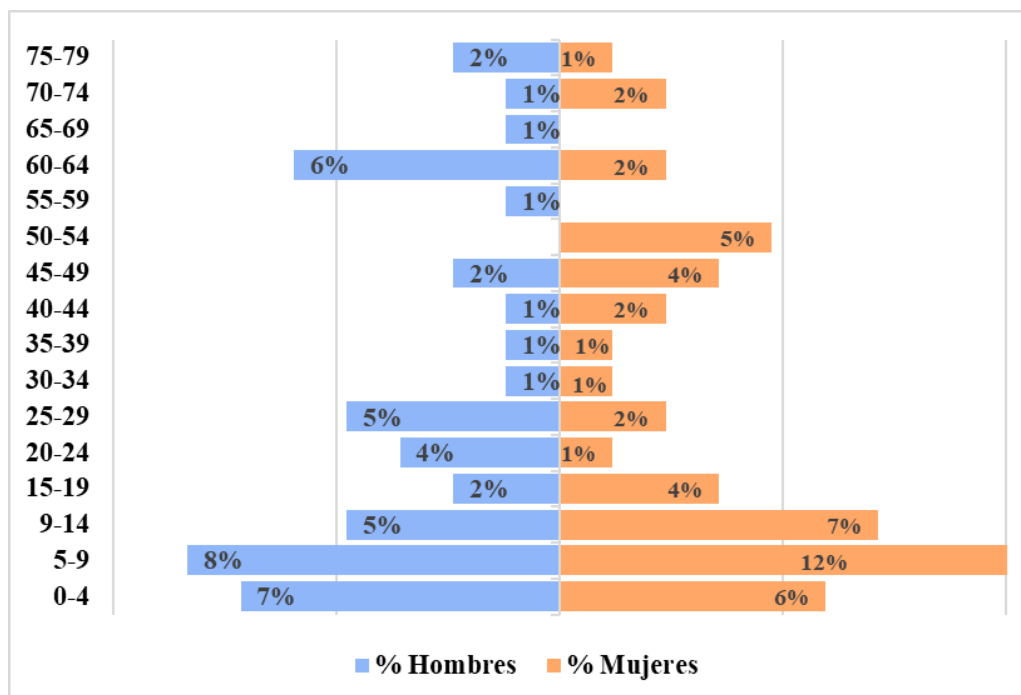
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Al interior de la asociación Aservipesca existe una mayor proporción de hogares con adultos mayores que corresponden al 57% del total de hogares encuestados de esta asociación. Por su parte, al interior de Nueva Bella Vista y Renacer Progresista Guapireño, la proporción de hogares con adultos mayores es menor, el 36% y 33% respectivamente. Lo que indica que al interior de los hogares no existe una alta proporción de adultos mayores, exceptuando la asociación Aservipesca.

2.5. Características de las personas

Entre las características de las personas se encontró que en la población encuestada el 52% son mujeres y el 48% son hombres, donde existe una alta concentración de población juvenil, con una alta proporción de niños y adolescentes, de acuerdo a los datos recolectados, como se muestra en el gráfico a continuación.

Gráfico 9. Distribución de la Población según grupos etarios y sexo



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

La pirámide tiene forma progresiva, lo que refiere un crecimiento de la población juvenil. La base indica que existe gran parte de población menor de 15 años, que corresponde al 45% de los cuales el 20% son hombres y el 25% restante son mujeres. De esta proporción, el 13% son niños entre 0 y 4 años, el 20% se ubican entre las edades de 5 a 9 años, y el 12% entre los 9 y 14 años y no hacen parte de la población en edad de trabajar.

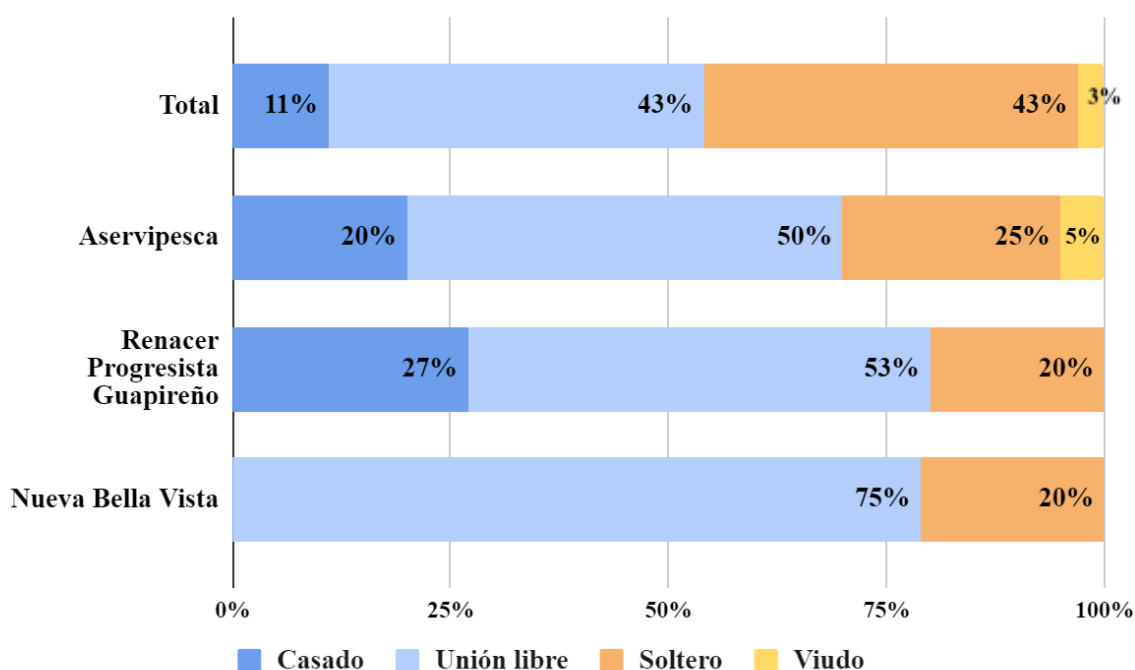
El 18% de la población total se conforma por población entre 15 y 29 años, de los cuales el 11% son hombres y el 7% mujeres. El 7% de la población se ubica entre los 30 y 44 años. El 12% tiene entre 45 y 59 años, de los cuales el 9% son mujeres y el 3% hombres. Y solo el 25% de la población tiene más de 15 años y menos de 45, lo que puede responder a situaciones de migración de las personas en estas edades que han tenido que salir a trabajar fuera del municipio. En cuanto a la población adulta mayor, el 15% de la población tiene más de 60 años, y son en su mayoría hombres con un 10% concentrada entre los 60 y 64 años. Esto indica que la población en edad de trabajar que se ubica entre los 15 y 64 años corresponde al 45%.

Del total de la población el 52% se autoreconoce como indígena, que corresponde a los miembros de la asociación Nueva Bella Vista, mientras que el 48% restante se

autoreconoce como negro, mulato o afrodescendiente, y corresponde a los miembros de las asociaciones Aservipesca y Renacer Progresista Guapireño.

En cuanto al estado civil de la población mayor de quince años, se encontró que el 43% de la población está soltera y otro 43% en unión libre el 11% están casados y el 3% restante es viudo, como se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico 10. Distribución porcentual de la población mayor de quince años, según estado civil

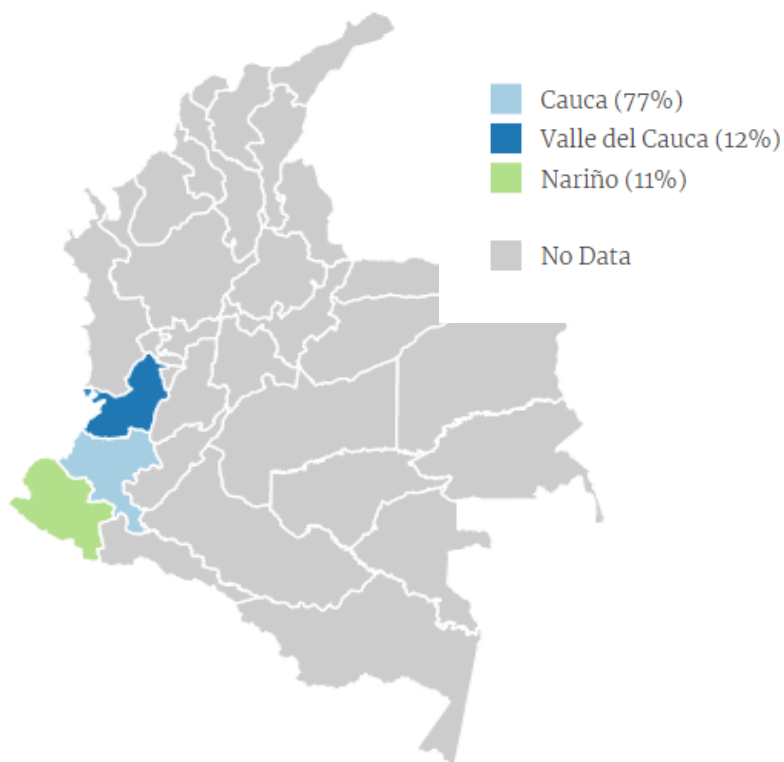


Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Con respecto al estado civil para la población mayor de 15 años se encuentra que en la organización Aservipesca el 20% de las personas mayores de quince años se encuentran casados, el 50% en unión libre, el 25% solteros y el 5% viudos. En Renacer Progresista Guapireño, el 27% están casados, 53% en unión libre y el 20% solteros. Dentro de las personas que hacen parte de las asociaciones es común que sean parte ambos miembros de la pareja.

En cuanto al lugar de nacimiento de las personas, se encontró que el 71% nació en Guapi y veredas aledañas de Guapi, mientras que el 29% restante proceden de otros municipios de Colombia, que están ubicados en tres departamentos: Cauca, Nariño y Valle del Cauca, como se muestra en el siguiente gráfico.

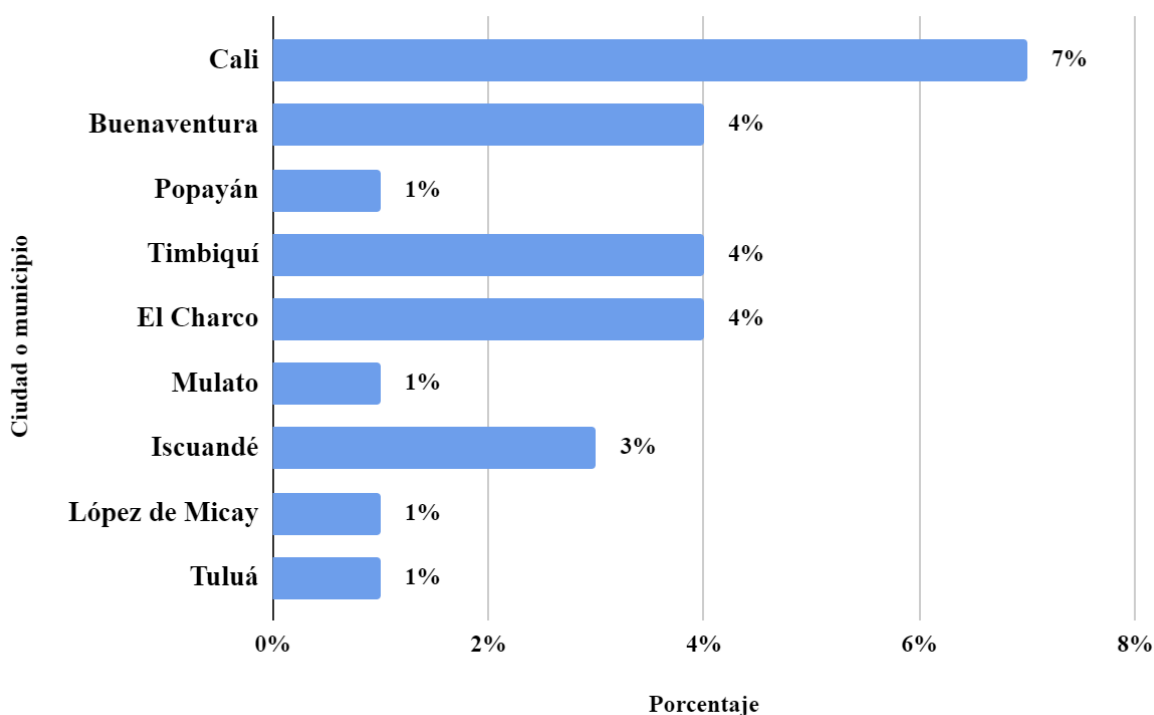
Mapa 1. Distribución de la población según departamento de nacimiento



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

En cuanto al departamento de nacimiento de las personas se encontró que el 77% nació en el departamento del Cauca, el 12% en el Valle del Cauca y el 11% en Nariño. Las ciudades y municipios de los que provienen mayoritariamente son Cali, Buenaventura, Timbiquí y el Charco.

Gráfico 11. Distribución porcentual de la población según ciudad de nacimiento



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

De la proporción de la población que no proviene de Guapi, el 7% proviene de la ciudad Cali, el 4% de la ciudad de Buenaventura y el 1% del municipio Tuluá, ubicados en el departamento del Valle del Cauca. El 1% proviene de la ciudad de Popayán, el 4% del municipio de Timbiquí, el 1% proviene de la vereda de Mulato - Patía, y el otro 1% proviene del municipio de López de Micay ubicados en el departamento del Cauca. Finalmente el 4% proviene del municipio El Charco, 1% de Barrera, y un 3% de Iscuandé, ubicados en el departamento de Nariño.

Ahora bien, en cuanto a la afiliación al régimen de salud de las personas, se encontró que el 95% pertenece al régimen subsidiado, y el 5% al régimen contributivo, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2. Distribución de la población según afiliación a régimen de salud

Régimen de salud	Porcentaje
Aporta un pago cada mes a salud	5%
SISBEN Bajo régimen subsidiado	95%

Total	100%
--------------	-------------

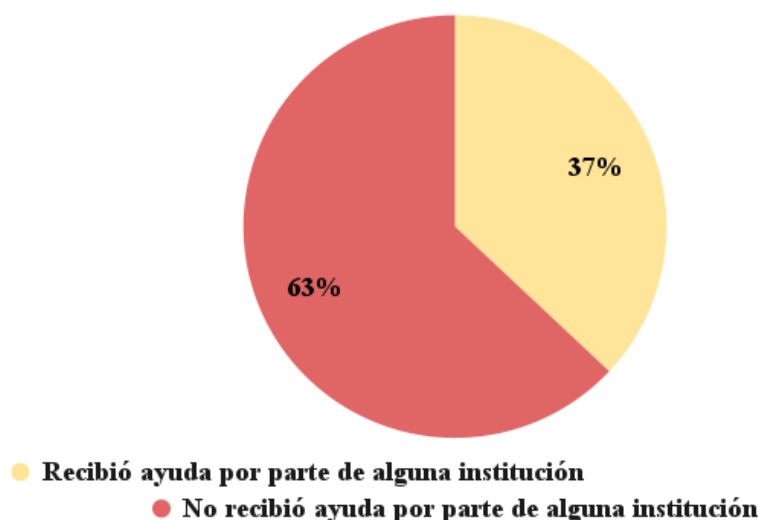
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

El 95% de la población tiene régimen de salud subsidiado, y derecho solo a los medicamentos dentro del POS (Plan Obligatorio de Salud), por lo cual deben pagar todos los medicamentos por fuera del POS.

Los integrantes de la asociación Nueva Bella Vista tienen como entidad prestadora de salud la EPS del CRIC (Consejo Regional Indígena del Cauca), mientras que en las otras dos asociaciones Aservispeca y Renacer Progresista Guapireño, la EPS más nombrada fue Asmet Salud. El 5% restante aporta al régimen de salud contributivo y son aquellas personas que cuentan con un contrato de trabajo a término fijo o indefinido.

En cuanto al acceso a programas sociales, el 63% de la población no recibe ninguna ayuda por parte del gobierno y el 37% sí recibe ayudas estatales, esta distribución se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 12. Distribución de la población según el acceso a programas sociales



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Los programas sociales de los que son beneficiarios el 37% de la población, son principalmente familias en acción con un 68%, adulto mayor con un 10% y otros programas como devolución del IVA, desplazados, e ingreso solidario con un 33%.

En resumen, en las características de las viviendas y los hogares se encuentran diferencias entre las asociaciones Renacer Progresista Guapireño y Aservipesca con Nueva Bella Vista, debido a las diferencias culturales entre las asociaciones afro y la asociación indígena. Esto influye en el tipo de material de la construcción de las viviendas, el acceso a servicios públicos y los bienes a disposición de cada hogar.

De acuerdo a esto, la asociación con mayores limitaciones en sus viviendas y hogares es Nueva Bella Vista, no tienen acceso a ningún servicio público, lo que limita la consecución de bienes y servicios que permitan mejorar su calidad de vida. Por el lado de las asociaciones afro, se presentan limitaciones en el acceso a servicios públicos, si bien tienen acceso a energía eléctrica, este servicio es muy costoso y su calidad en ocasiones no es óptima. En cuanto a acueducto y alcantarillado enfrentan problemas propios del municipio de Guapi, que no cuenta con una planta de tratamiento para la potabilidad del agua y esto repercute en la salud y economía de las personas, pues deben comprar agua embotellada lo que supone un costo para las familias, quienes ya manifiestan altos costos en los productos básicos.

Sin embargo, entre las asociaciones afro, la que presenta mejores condiciones al interior de los hogares es Aservipesca pues sus viviendas están construidas en un mejor material y los hogares tienen a disposición una mayor cantidad de bienes y servicios, lo que supone mejores niveles económicos entre los integrantes de esta asociación y sus familias. Por el lado de Renacer Progresista Guapireño, se observó que existe un nivel socioeconómico más bajo entre los integrantes de esta asociación y sus familias, que si bien no es precario, tampoco es óptimo.

En cuanto a las personas, se pudo concluir que, existe una gran cantidad de población joven lo que indica altas tasas de natalidad entre los encuestados, especialmente en las asociaciones Nueva Bella Vista y Aservipesca y que existe poca fuerza laboral al interior de las asociaciones, debido a que muchas personas emigraron del municipio para buscar mejores oportunidades en otros lugares.

En este sentido, en general existen bastantes deficiencias en las condiciones socioeconómicas y ambientales de las personas de las tres asociaciones, en torno a la baja cobertura de servicios públicos; la baja calidad de las viviendas; la poca calidad en el servicio de salud que se presta en el municipio; los altos costos de transporte que encarecen el costo de vida en el municipio; el abandono del Estado, la corrupción y la inseguridad que son problemáticas que se suman y se ven reflejadas en las condiciones de vida de las personas lo que limita la mejora del bienestar.

Todo esto es consecuencia, además, de las condiciones del municipio de Guapi, que es uno de los municipios más pobres del departamento del Cauca y con un NBI por encima del 70% y estas problemáticas se ven reflejadas en las condiciones de vida de los encuestados.

Capítulo 3. Perfiles ocupacionales de la Población objeto de estudio

El presente apartado desarrolla el tercer objetivo de la práctica profesional que consiste en elaborar los perfiles ocupacionales de las tres organizaciones objeto de estudio. Para el desarrollo de este objetivo fue necesario realizar en primer lugar una revisión de literatura sobre estudios de perfiles ocupacionales con el fin de conocer metodologías que permitan obtener las herramientas necesarias para establecerlos.

3.1 Estado del arte alrededor de los perfiles ocupacionales

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2014) un perfil ocupacional está definido como aquellos conocimientos, aptitudes, habilidades y destrezas que posee una persona para desempeñarse en distintas situaciones de trabajo. Permite establecer aquellos cargos u ocupaciones en donde se hacen tangibles sus competencias. Por medio del análisis de los perfiles ocupacionales se puede identificar qué destrezas ofrece la fuerza laboral.

A continuación, se presenta una recopilación de diversos estudios alrededor de los perfiles ocupacionales de distintas poblaciones, con el fin de analizar las distintas metodologías utilizadas para establecerlos, y los principales hallazgos de cada investigación.

A nivel internacional, Kamphoefner (2017) realizó un estudio cuyo objetivo era examinar la selectividad demográfica y ocupacional de la inmigración alemana a América del Sur (principalmente Argentina y Brasil) y Australia, en comparación con los alemanes con destino a los Estados Unidos y los nichos geográficos y ocupacionales que ocuparon en varios destinos. La metodología utilizada para examinar los perfiles ocupacionales, y otros datos demográficos de los inmigrantes alemanes hacia estos destinos se basó en la obtención de información secundaria de las bases de datos agregados y a nivel individual de censos y registros de migración en tres continentes. Arrojando como resultado que las personas con ocupaciones con un nivel de ingresos mayor, preferían emigrar al Sur.

Más adelante, Woldab y Yawson (2019) realizaron un estudio para analizar el perfil laboral y ocupacional de los inmigrantes de África Oriental en los Estados Unidos por medio

de una revisión histórica de las bases del Departamento del Trabajo de los Estados Unidos, y, por otro lado, realizaron una revisión literaria para determinar factores históricos que explican la migración de esta población hacia Estados Unidos. En particular, el documento se centra en los países que colectivamente representan la mayoría de los inmigrantes africanos en los Estados Unidos, a saber, Eritrea, Etiopía, Sudán y Somalia. Se concluye que, las causas de la inmigración son explicadas al establecer conexiones con los perfiles laborales y ocupacionales de estos inmigrantes, una vez que están en los Estados Unidos.

Posteriormente, Ruíz, Ochoa y Bernal (2021) realizaron una investigación cuyo objetivo es estudiar los perfiles ocupacionales del sector turismo en Hermosillo, Sonora, México. La metodología utilizada para estudiar a la oferta laboral, que en este caso es el personal de estos diez hoteles, se basa en dos instrumentos. El primero es un cuestionario dirigido a indagar acerca de las capacidades comunicativas, habilidades y conocimientos en servicio al cliente, con la que contaban los empleados, para determinar sus perfiles ocupacionales y su nivel de capacitación. Y, por otro lado, se usaron experiencias laborales de uno de los autores. El estudio permitió determinar que existe una gran relación de la capacitación del personal, con el nivel de competitividad con el que cuentan los diez hoteles posicionados como los mejores en la ciudad de Hermosillo, Sonora. Se concluye que, a mayor nivel de capacitación del personal, más competitivo puede ser un sector.

Por otro lado, a nivel nacional, un estudio realizado por el Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo (PNUD) y en colaboración con el Departamento para la Prosperidad Social (DPS) (2013), tenía como objetivo caracterizar los perfiles ocupacionales demandados por el sector de la construcción en la ciudad de Cartagena de Indias, Para analizar el sector se obtuvo una base de datos de las empresas constructoras a través del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Cartagena. Se tomó además información del sector construcción aportado por el DANE. Por otro lado, se realizaron 453 encuestas dirigidas a gerentes, jefes de recursos humanos y jefes de compras. Todo esto con el fin de identificar la demanda de mano de obra.

Para identificar la oferta institucional de formación en el sector construcción se visitaron distintas instituciones educativas registradas. También se realizaron entrevistas semi estructuradas a personas que tuvieran un amplio conocimiento del sector construcción. Los resultados obtenidos muestran que el sector construcción tiene vital importancia para dinamizar la economía de la ciudad. El sector tiene la capacidad de vincular personal capacitado y semi-capacitado con o sin ningún tipo de preparación, lo que permite plantear

políticas públicas que permitan mejorar las condiciones de vida de la población sujeto de estudio. La mayor parte de las vacantes requieren técnico, a diferencia del universitario como los ingenieros civiles que es un poco menor. Por otra parte, se ve una marcada segregación por sexo en el sector, pues la mayoría de los que participan son hombres.

Más adelante el PNUD con el apoyo del Ministerio del Trabajo y la Universidad Católica de Colombia (2014), realizaron un estudio para identificar perfiles ocupacionales en el sector de confecciones en ciudades como Bogotá, Cali y Medellín, con el fin de contribuir a la inclusión productiva de diferentes poblaciones a este sector en estas tres ciudades. El estudio se encuentra estructurado a partir de un análisis de oferta (las personas que buscan o ya tienen un empleo) y demanda (las empresas formales que requieren servicios de trabajo). Dicho análisis se realiza a partir de encuestas a empresas pequeñas, medianas y grandes de las confecciones, y a personas de los grupos poblacionales mencionados que cuentan con algún potencial para emplearse en esta actividad. El análisis se complementa con la revisión de información secundaria.

Los resultados de este estudio arrojaron que existe una segregación por edad y sexo en el sector, un predominio de población joven en el mercado laboral además de una mayor participación de los hombres. Sumado a esto, el mercado laboral posee diferenciación en cuanto a su composición étnica y las condiciones socioeconómicas de los encuestados son heterogéneas. Uno de los problemas que enfrenta el sector manufacturero es que existe una baja absorción de mano de obra discapacitada. En cuanto a nivel educativo, la mayoría de los encuestados alcanza hasta la educación media. Además de que existe una restricción al acceso de las oportunidades laborales con calidad en el empleo para la población vulnerable que tienen un nivel de educación técnica y tecnológica, dada la mayor cantidad de ocupaciones en torno a los perfiles estandarizados con un mayor nivel educativo.

Por otro lado, se encuentra el estudio socioeconómico y análisis del perfil ocupacional de los mototaxistas en la ciudad de Valledupar (2014), realizado por el PNUD, y la red del Observatorio Regional del Mercado de Trabajo (ORMET) del departamento del Cesar. La metodología utilizada en este estudio se basa en la revisión de información secundaria provista por la Secretaría de Tránsito y Transporte de Valledupar con el fin de obtener el universo del mototaxismo. Sin embargo, debido a las limitaciones con la información y la dificultad para determinar cuáles eran los mototaxistas y las motocicletas de uso particular, fue necesario realizar un instrumento tipo encuesta, con una muestra de 1485 conductores de

motocicletas que representan aproximadamente el 2.7% de la población registrados en Secretaría de Tránsito para el periodo 2010-2013 y aproximadamente el 26.6% de conductores mototaxistas de la ciudad.

Para el desarrollo del instrumento se tuvieron en cuenta los factores que motivaron a ejercer esta actividad alternativa de generación de ingresos. Por lo tanto, fue necesario realizar dos instrumentos, uno a usuarios (495 mujeres mayores de 18 años, 14 preguntas) y otro a mototaxistas. Los resultados obtenidos arrojaron que la mayoría de los encuestados manifestaron que les gustaría realizar otra actividad laboral que les brinde una mayor estabilidad. Por lo tanto, es necesario formular políticas de formación para esta población, que les permitan estar más capacitados para el mercado laboral. Se obtuvo, además, información de que existen varios perfiles de vigilantes, comerciantes, conductores y mensajeros que pueden ser requeridos por la demanda laboral del municipio. La mayoría de las personas que se dedican a este oficio son población masculina. Existen dos grupos mayoritarios dentro de la población, quienes terminaron bachillerato y quienes no, e incluso tienen menores niveles de estudio que pueden ser capacitados.

Finalmente, otro estudio realizado por el PNUD (2014) pretendía identificar el perfil ocupacional y productivo de los habitantes de la vereda el Hatillo, municipio El Paso, Cesar. Para ello utilizó como primer instrumento una encuesta realizada a los residentes de la vereda que tuvieran 16 años de edad o más, con especial énfasis en los estudiantes de los grados décimo y undécimo que asistían a los colegios de La Loma, el centro poblado más cercano a la vereda. Como complemento de este ejercicio se tuvo en cuenta la información del censo realizado a la vereda en el año 2012 y su actualización en 2014. El segundo instrumento consistió en la realización de dos talleres de información cualitativa con los jóvenes hatillenses. De otra parte, se empleó el Índice de Capacidades Organizacionales (ICO) en las asociaciones constituidas en El Hatillo. Finalmente se recolectó información mediante talleres con los adultos mayores.

Los resultados más importantes del estudio arrojaron que los hatillenses han generado su propia dinámica económica y con ella han permanecido en el territorio, logrando constituirse como una comunidad con proyección socioeconómica y que puede impactar positivamente el desarrollo del municipio El Paso. Las necesidades que tiene la vereda están estrechamente relacionadas con los altos niveles de analfabetismo y los bajos niveles de años de escolarización y formación técnica, tecnológica y profesional que tiene la población, lo

cual afecta directamente sus oportunidades laborales. Además, por medio de los resultados de la encuesta se pudo determinar que se deben tener en cuenta consideraciones para aumentar la generación de ingresos por medio del emprendimiento, de acuerdo a la definición de los perfiles ocupacionales, la demanda laboral existente y las condiciones de mercado que ofrece el territorio.

Estos estudios tienen en común que presentan metodologías que combinan la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de caracterizar a la oferta y la demanda laboral., por medio de fuentes de información secundaria (bases de datos de instituciones) y primaria (encuestas directas a las personas), para determinar encuentros y desencuentros entre oferta y demanda. Lo que provee de insumos para la consecución del objetivo de la investigación de los perfiles ocupacionales de las tres organizaciones objeto de estudio del proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO, en el municipio de Guapi, Cauca. Además, son importantes en la medida que las metodologías propuestas pueden adaptarse a situaciones específicas de distintos contextos y se pueden utilizar diversas estrategias para la consecución de la información básica.

En cuanto a los resultados obtenidos en cada estudio, se observa por el lado de la oferta, la incidencia del nivel de estudios en la ocupación y por ende en los niveles de ingresos de las distintas poblaciones. Y, por el lado de la demanda, se requiere contratar personal capacitado en distintas áreas para mejorar la competitividad de las empresas en los distintos sectores económicos.

3.2. Caracterización de la oferta laboral

Toda la información obtenida en la revisión de literatura permitió obtener una metodología para identificar los perfiles ocupacionales de los distintos miembros de las tres organizaciones en edad de trabajar.³ Para caracterizar la oferta laboral es necesario conocer su nivel educativo, de formación y capacitación técnica; su experiencia laboral; sus expectativas de vinculación laboral y de formación o reconversión ocupacional. (PNUD, 2014)

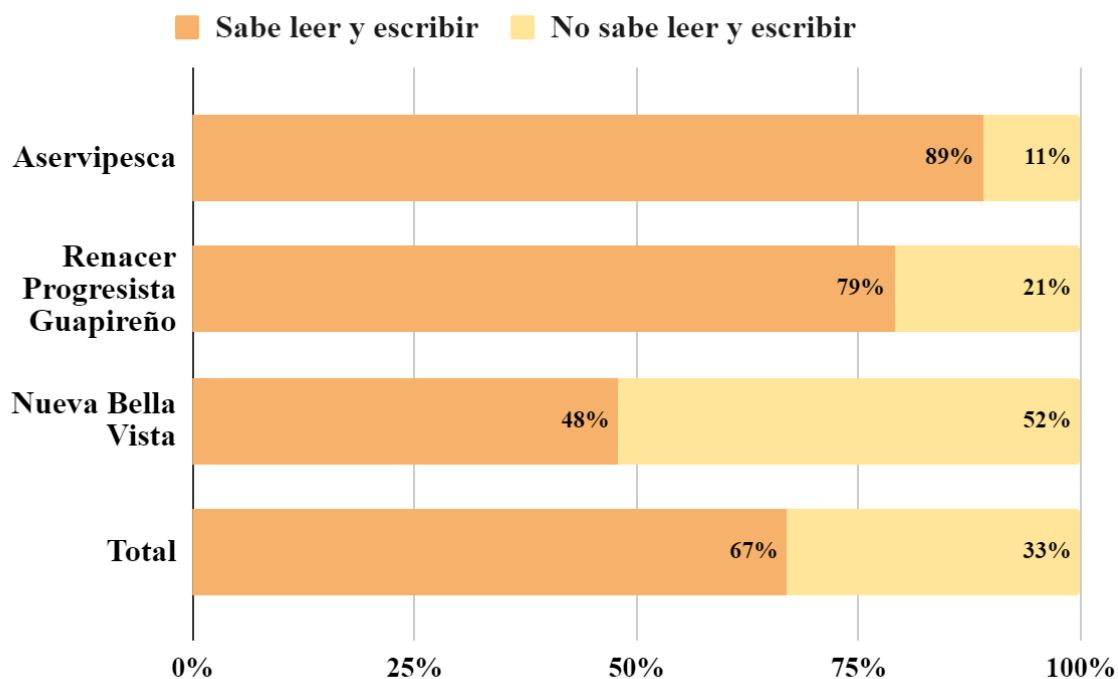
Por medio de la aplicación del censo se obtuvo información que permitirá caracterizar la oferta laboral presente en las tres organizaciones, de acuerdo a sus niveles y expectativas de formación, experiencia, funciones, conocimientos y el grado de competencias que posean.

³ Población en edad de trabajar –PET-: está constituida por las personas de 12 y más promedios en la parte urbana, y de 10 años promedios y más en la parte rural (DANE, 2022)

3.2.1 Nivel educativo

En cuanto al nivel educativo, se encontró que el 67% de la población sabe leer y escribir frente a un 33% que no sabe leer ni escribir. Esta distribución se muestra a continuación.

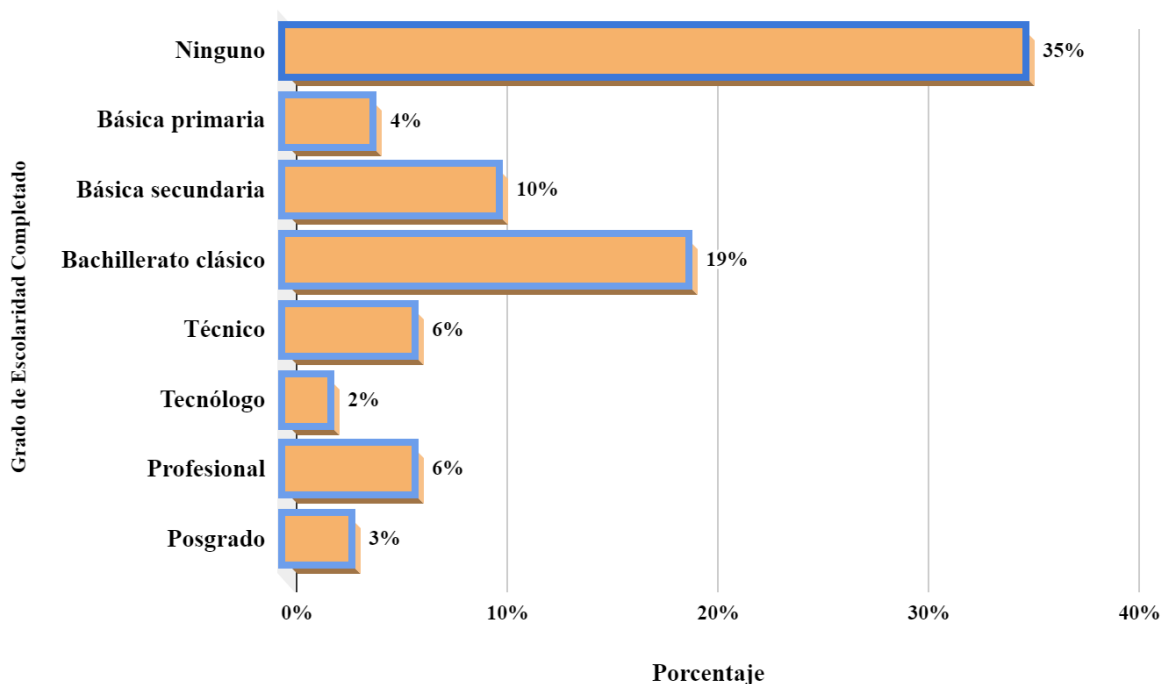
Gráfico 13. Distribución de la población que sí y no sabe leer y escribir, según asociación



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

En Aservipesca el 89% de la población sabe leer ni escribir, en Renacer Progresista Guapireño el 79% mientras que, en Nueva Bella Vista el 52% de las personas no sabe leer y escribir. Esta condición se ve reflejada en que el 44% de la población mayor de quince años no tienen ningún grado de escolaridad, como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 14. Distribución de la población total mayor de quince años, según el grado de escolaridad completo



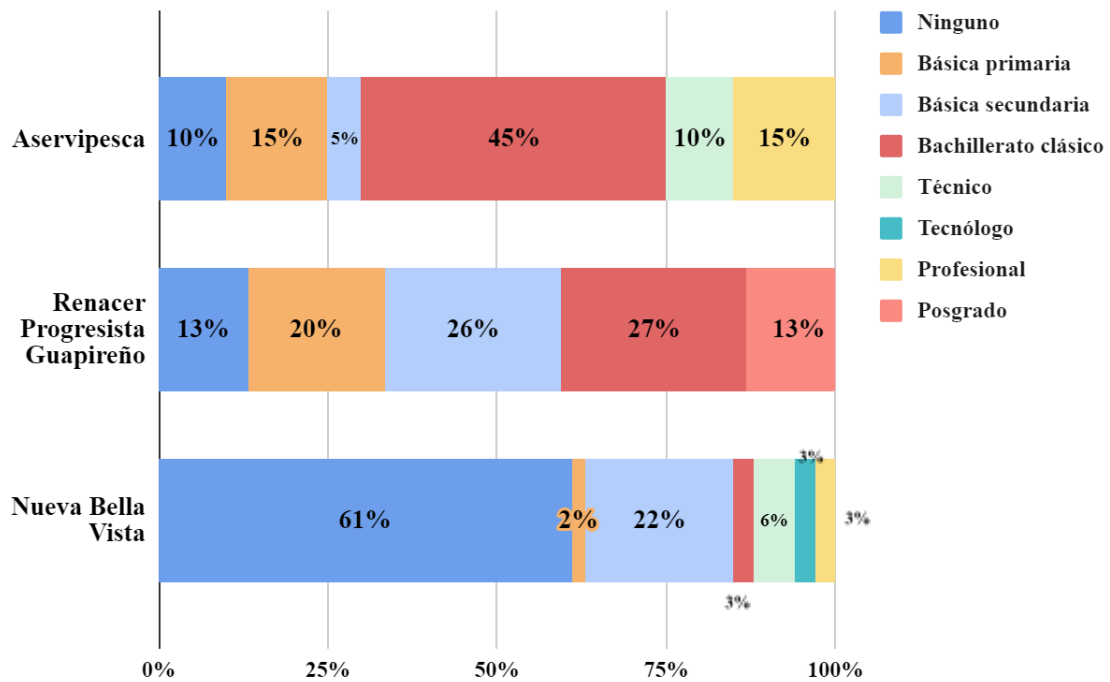
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

El 35% de la población mayor de quince años, no tiene ningún grado de escolaridad. El 4% de la población mayor de quince años alcanzó el grado de básica primaria, sin embargo, el 7% de personas no la completó alcanzando hasta grados primero y segundo. Mientras que el 10% de personas alcanzó básica secundaria el 19% bachillerato clásico.

En cuanto a educación superior existe un bajo porcentaje de participación, el 6% de la población completó cursos técnicos, entre los que se encuentran técnico en Sistemas, auxiliar contable y enfermería, el 2% es tecnólogo en el área de atención a la primera infancia y el 6% es profesional con títulos en Licenciaturas en Ciencias Naturales, Educación Básica, Pedagogía y Etnografía. También un 2% de la población aún no culmina su carrera, pero se encuentra estudiando en programas de contabilidad y educación física. El 3% de la población tiene un título de maestría en áreas de la pedagogía ambiental y desarrollo sostenible y educación básica

En cuanto al grado de escolaridad de los mayores de quince años según asociación, se encontró que en Nueva Bella Vista hay una mayor proporción de personas sin ningún grado de escolaridad, como se muestra a continuación.

Gráfico 15. Distribución de la población mayor de quince años, según el grado de escolaridad completo y según asociación



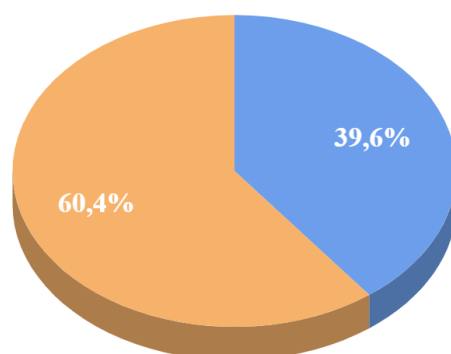
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

En Aservipisca, el 10% de las personas mayores de quince años no tiene ningún grado de escolaridad, el 15% tiene básica primaria, el 5% básica secundaria, el 45% bachillerato clásico, el 10% son técnicos y el 15% restante son profesionales. En Aservipisca el 45% de personas es bachiller. Mientras que en Renacer Progresista Guapireño, el 13% de las personas mayores de quince años no tiene ninguna escolaridad, el 20% tienen básica primaria, el 26% tienen básica secundaria, el 27% son bachilleres, y el 13% ha alcanzado títulos de posgrado. En esta asociación la mayor proporción de personas ha alcanzado el título de bachiller.

Finalmente en Nueva Bella Vista, el 61% de personas mayores de quince años no tiene ningún grado de escolaridad, el 2% tienen básica primaria, el 22% básica secundaria, un 3% son bachilleres, el 6% técnicos, un 3% son tecnólogos, y otro 3% son profesionales. En esta asociación la mayor proporción de las personas no tiene ningún grado de escolaridad.

En cuanto a la participación de las personas en cursos de capacitación, se encontró que entre la población mayor de quince años, el 60% no ha tomado ningún curso de capacitación, como muestra el siguiente gráfico.

Gráfico 16. Distribución porcentual de la población mayor de quince años que ha asistido a algún curso de capacitación



- Ha asistido a algún curso de capacitación
- No ha asistido a ningún curso de capacitación

Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

El 60.4% de la población mayor de quince años no ha asistido a algún curso de capacitación, solo el 39,4% manifestó haber asistido a algún curso de capacitación, por medio de instituciones como el SENA, Universidades Públicas y Privadas, e instituciones del CRIC. En cuanto a los cursos que han tomado, se encontró la siguiente información.

Tabla 3. Denominación del curso

Denominación del curso	Porcentaje
Pesca y manejo de embarcaciones	62%
Agricultura	10%
Sistemas	10%
Auxiliar de Enfermería y farmacia	10%
Artesanías	14%
Emprendimiento y ventas	14%
Derechos humanos	5%
Formulación de proyectos	5%
Construcción	5%
Belleza y estética	5%
Cargue y Descargue	5%
Mecánica	5%

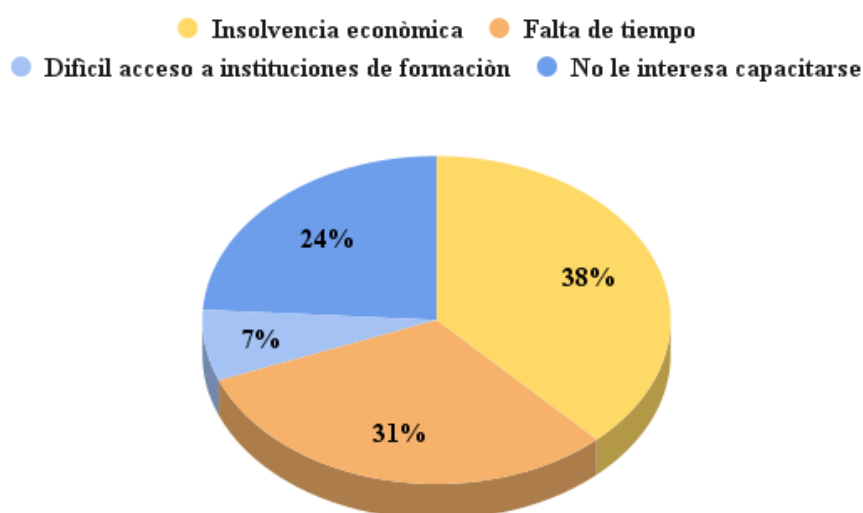
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

De la proporción de personas mayores de quince años que han tomado algún curso de capacitación, el tema de capacitación que más personas han tomado es el relacionado a la pesca y el manejo de embarcaciones con un 62%, dentro de los que se encuentran todos los miembros de la asociación Aservipisca, que manifestaron tomar cursos respecto a la pesca. En esta asociación también se tienen personas capacitadas en distintas temáticas, como agricultura con un 10%, emprendimiento con un 14%, belleza y estética con un 5%, sistemas con un 10% y en temas de salud como enfermería y farmacia también con un 10%. Dentro de la población encuestada existen personas que han tomado dos o más cursos de capacitación.

También predomina la temática de capacitación referente a las artesanías con un 14% de las personas, ligadas a las actividades productivas como artesanas de la comunidad Nueva Bella Vista, que manifiestan ser capacitadas por entidades del CRIC y que aprenden el arte en la comunidad. También predomina el curso de emprendimiento y ventas con un 14% relacionado también a las capacitaciones a las artesanas. En Renacer Progresista Guapiense los cursos que predominan entre las personas son los de mecánica, con un 5% y construcción también con un 5%.

Entre las razones por las cuales las personas mayores de quince años no están capacitándose, se encontró lo siguiente.

Gráfico 17. Motivos por los que las personas mayores de quince años no se encuentran capacitando



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

El 38% de la población manifiesta que no está capacitándose debido a la insolvencia económica lo que indica que su prioridad es trabajar para poder sostener a sus familias, lo que

es consecuente con la cantidad de personas que no se capacitan debido a la falta de tiempo que corresponde al 31%, esto sucede en las tres asociaciones, donde mujeres y hombres trabajan. Estas son las dos principales razones por las cuales las personas no se capacitan. También existe una preocupación por el difícil acceso a instituciones de educación con un 7% de participación entre las razones por las cuales no se capacitan, sobre todo en la asociación Nueva Bella Vista, debido a que deben desplazarse hasta el municipio de Guapi en las noches. Mientras que al 24% de las personas no les interesa capacitarse.

Sin embargo, y a pesar de estas razones, las personas manifestaron que existen distintas temáticas en las que les gustaría capacitarse, y estas se muestran en la tabla a continuación.

Tabla 4. Tipo de curso en el que le gustaría capacitarse

Curso	Porcentaje
Emprendimiento y negocios	13%
Manualidades	4%
Gestión de proyectos	4%
Atención a primera infancia	9%
Enfermería	9%
Agricultura	9%
Artesanías	4%
Albañilería	4%
Ciencia Política	13%
Pesca y embarcaciones	9%
Cocina	4%
Sistemas	13%
Electricidad	4%
Mecánica	4%
Contabilidad	9%
Música y audiovisuales	9%

Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

En cuanto a los cursos en los que les gustaría capacitarse, el mayor número de personas respondió emprendimiento y negocios con un 17% seguido por ciencia política y sistemas con un 13% respectivamente. Atención a la primera infancia, enfermería,

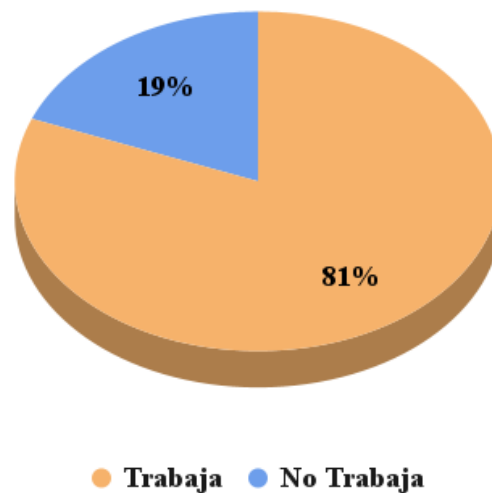
agricultura, pesca y embarcaciones, música y audiovisuales y contabilidad, fueron temas escogidos por un 9% de personas respectivamente. El tema de la pesca fue escogido por pescadores. Manualidades, artesanías y albañilería, electricidad, cocina, y mecánica, fueron escogidas por un 4% de personas respectivamente.

Los temas escogidos por mujeres, fueron, manualidades, sistemas, cocina, atención a la primera infancia, enfermería, contabilidad y gestión de proyectos. Mientras que los hombres, tienen vocación por el emprendimiento y negocios, agricultura, albañilería, ciencia política, electricidad, mecánica, música y audiovisuales.

3.2.2 Experiencia laboral

En cuanto a la experiencia laboral de los encuestados, se encontró que el 81% de la población mayor de quince años trabaja, frente a un 19% de la población que no trabaja, esta distribución se observa en el gráfico a continuación.

Gráfico 18. Distribución porcentual de la población mayor de quince años ocupada



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Del 81% de la población que trabaja el 58% son hombres y 42% mujeres. Mientras que de la población que no trabaja el 60% son mujeres y el 40% son hombres. Lo que indica segregación por sexo en las actividades laborales. Sin embargo, las diferencias no son sustanciales, esto muestra que la mayor cantidad de las personas, tanto hombres como

mujeres trabajan, ligado principalmente a la difícil situación económica que presenta el municipio. Esta situación se vislumbra en las tres asociaciones, donde ambos sexos trabajan.

Las ocupaciones u oficios que realizan las personas, se encuentran en la siguiente tabla:

Tabla 5. Ocupación actual de la población mayor de quince años distinta a la pesca

Ocupación u oficio actual	Porcentaje
Trabajadores agrícolas	23%
Artesanos	28%
Carpinteros	9%
Ayudantes y obreros de construcción	12%
Profesores	7%
Trabajadores pecuarios	2%
Vendedores de mostrador	9%
Ayudantes de otros oficios	5%
Obreros y ayudantes de minería	2%
Vendedores de ventas no técnicas	5%
Enfermeros	2%
Pulperas	2%
Jefes y ayudantes de cocina	5%
Auxiliares del cuidado de niños	2%

Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

La mayor parte de la población se dedica a la actividad económica de las artesanías, con un 28% debido a la participación de la comunidad Nueva Bella Vista en esta actividad que es realizada en un 83% por mujeres. Seguido por el 23% de los trabajadores agrícolas, actividad que realizan los miembros de las tres asociaciones y es realizada predominantemente por hombres. La tercera ocupación que predomina es la de ayudantes y obreros de construcción con el 12% que es realizada por hombres. Estas dos últimas actividades las realizan un gran número de pescadores artesanales como actividad secundaria a la pesca artesanal.

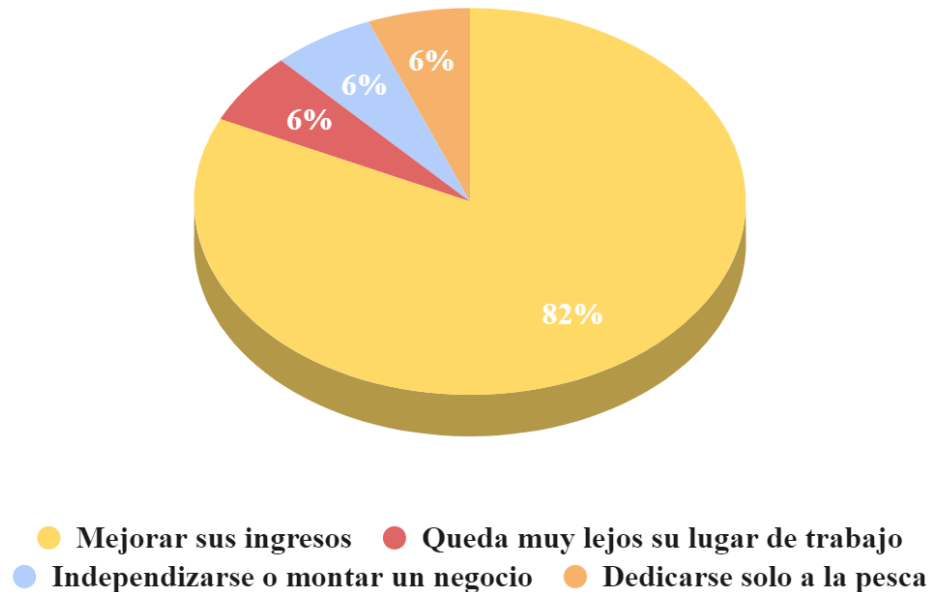
Entre las ocupaciones en que predominan las mujeres son jefes y ayudantes de cocina (100%) pulperas (100%), vendedores de mostrador (100%) profesores (67%), ayudantes de

otros oficios, donde se encuentra masajista y oficios varios, (100%) y auxiliar y cuidado de niños (100%).

3.2.2.1 Subempleo

En términos de subempleo⁴, el 63% de la población que se encontraba trabajando manifestó que le gustaría cambiar de trabajo, y las razones se presentan a continuación.

Gráfico 19. Razones por las que las personas ocupadas desean cambiar de empleo



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

La razón que más se repite entre los encuestados es la de mejorar sus ingresos, con un 82% entre esas respuestas los encuestados manifestaron que, si bien tenían una actividad económica actual, esta no les brindaba estabilidad laboral y que por lo tanto querían mejorar sus condiciones de vida.

La lejanía al lugar de trabajo, independizarse y montar un negocio y dedicarse solo a la pesca, fueron las otras tres razones por las cuales las personas desean cambiar de empleo con un 6% respectivamente. Esta última razón es debido a que, como la pesca ya no es una actividad rentable para los pescadores, deben salir a buscar otras opciones de trabajo para poder sustentar a sus familias, sin embargo, esta actividad secundaria no es una actividad que

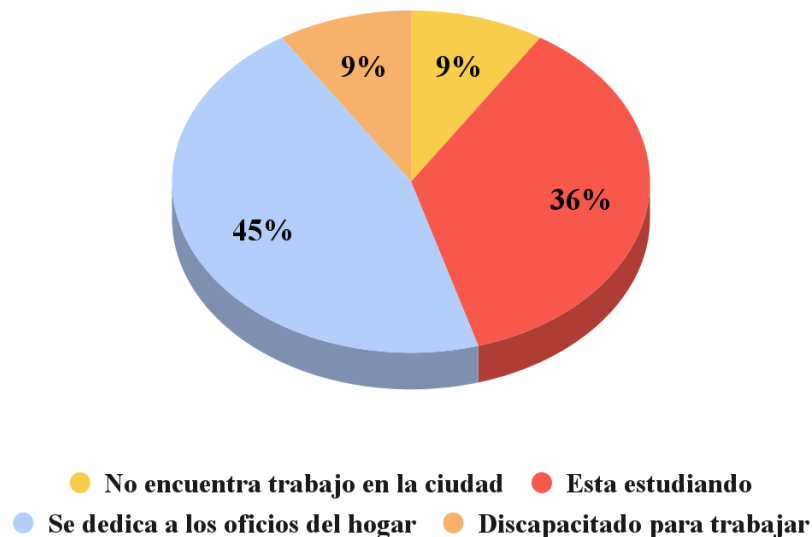
⁴ Consta de aquellas personas que, estando ocupadas en una jornada menor a 48 horas semanales, desean y están disponibles para trabajar “mejor” o “más adecuadamente”. (DANE, 2022)

disfruten debido a que tienen vocación para la pesca, y quisieran que la actividad fuera más rentable y segura para poder dedicarse de tiempo completo solo a esta actividad.

3.2.3. Desocupados

Se encontró que, del total de la población desocupada solo el 9% está buscando trabajo. Las razones por las cuales no se encuentran trabajando se describen en el gráfico a continuación.

Gráfico 20. Razones por las que la población mayor de quince años no se encuentra trabajando



Las razones que predominan para estar desocupados es que el 45% se dedican a los oficios del hogar y el 36% están estudiando. El 9% se encuentra discapacitada para trabajar y el 9% restante no encuentra trabajo en la ciudad. Estos resultados permiten identificar a la población económicamente inactiva.⁵ De esta población solo el 27% había trabajado alguna vez anteriormente, entre los oficios que desempeñaban se encuentran estilistas, (9%) pianguera (9%) y pescadores (9%).

Entre las actividades económicas que les gustaría desempeñar se encuentran la ingeniería forestal, el fútbol, dedicarse a la policía, ciencias de la salud y especializarse en la estética.

⁵ Comprende a todas las personas en edad de trabajar que no participan en la producción de bienes y servicios porque no necesitan, no pueden o no están interesadas en tener actividad remunerada. A este grupo pertenecen estudiantes, amas de casa, pensionados, jubilados, rentistas, inválidos (incapacitados permanentemente para trabajar), personas que no les llama la atención o creen que no vale la pena trabajar (DANE, 2022).

Luego de identificar las principales vocaciones económicas, productivas y de empleabilidad de las tres asociaciones, es preciso recoger algunas recomendaciones que devienen del presente capítulo de perfil ocupacional.

En cuanto la diferencia por sexo, se ve una marcada diferencia en las actividades que realizan los hombres y las mujeres. Las mujeres se dedican a oficios relacionados a la atención al cliente y el cuidado de niños y personas, mientras que los hombres se dedican más a trabajos pesados. Caso que se refleja también en las temáticas en las que desean capacitarse.

El fortalecimiento de los procesos educativos es una condición necesaria para mejorar los ingresos de las familias, la productividad y empleabilidad. En los resultados de esta investigación sobre los perfiles ocupacionales, se evidencia que existen profundas necesidades relacionadas con los altos niveles de analfabetismo y los bajos niveles de grado de escolaridad y formación técnica, tecnológica y profesional que tiene la población, lo cual afecta directamente sus oportunidades laborales.

Existen serias diferencias en el nivel educativo de las personas en las tres asociaciones, sobre todo con la asociación Nueva Bella Vista que es la que presenta una mayor proporción de personas sin ningún grado de escolaridad y que por lo tanto no saben leer y escribir. Esta condición limita el acceso a la educación de las personas de esta asociación. Por lo tanto, se deben generar espacios de capacitación para el trabajo para estas personas, en conjunto con instituciones como el SENA, junto con un programa de alfabetización que facilite la enseñanza.

Para quienes tienen un mayor nivel educativo en las tres asociaciones, deben idearse alternativas de formación adicionales de recalificación y de empleo o de emprendimiento que potencien el desarrollo de sus capacidades, debido a que un bajo porcentaje de la población ha recibido cursos de capacitación.

Se debe prestar especial atención a la generación de ingresos por medio del emprendimiento, sobre todo en el grupo de artesanas de la comunidad Nueva Bella Vista, quienes articuladas con otras instituciones pueden hacer más rentable esta actividad para ellas y sus familias, educándose en temas como la contabilidad.

Existen personas capacitadas y con experiencia en distintas áreas, de servicios, de salud y ventas, de construcción y en temas agrícolas, estos perfiles pueden ser aprovechados en la construcción de un plan de negocios que pueda explotar las capacidades y habilidades de las personas.

Es importante además anotar, que en general la población joven está capacitándose en temas que les permitan obtener mejores ingresos y mejorar su calidad de vida. Entre los títulos obtenidos y las carreras que se encuentran estudiando, ninguna de las personas jóvenes está estudiando algo relacionado a la pesca. Los hogares están impulsando a las nuevas generaciones para que se capaciten en carreras más centralizadas, lo que refleja que la pesca artesanal ya no es tan rentable, además de todo el grado de inseguridad que atraviesa el municipio. Esto denota que la población mayor de quince años ya no ve a la pesca como una actividad tan atractiva y desean capacitarse en otro tipo de actividades que les permitan en algún momento salir del municipio.

Por el lado de los pescadores, se refleja la necesidad de hacer a la pesca una actividad más rentable, y que puedan capacitarse más en ese tema, para no tener que realizar actividades económicas diferentes para sostener a sus familias y de esta manera dejar el legado a las futuras generaciones.

CONCLUSIONES FINALES

El objetivo principal del presente trabajo era prestar apoyo al componente socioeconómico del proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO. Este objetivo se pudo cumplir a partir de la realización de tres objetivos específicos. Primeramente, estableciendo un marco conceptual alrededor de la cadena de valor que pudiera ajustarse al contexto socioambiental del proyecto, por medio de la revisión de literatura secundaria que permitió concluir que, la caracterización y mapeo de la cadena de valor de la pesca artesanal, debe hacerse mediante un proceso de co -creación que permita entender los contextos de las asociaciones involucradas en el proyecto. Si bien las herramientas teóricas analizadas son un insumo importante para identificar ciertos procesos en la cadena de valor, los resultados del marco conceptual aquí planteado muestran que es importante gestionar espacios que permitan enriquecer el conocimiento que pueda prestar la academia en conjunto con los conocimientos de las asociaciones, que en definitiva son los actores principales.

Ahora bien, los resultados del marco conceptual alrededor de la cadena de valor y que responde al primer objetivo específico propuesto en el presente trabajo, demuestran que la estrategia planteada constituye un insumo que permite ajustar la cadena de valor a las realidades del entorno de la pesca artesanal y que, por lo tanto, es posible agregar valor a esta actividad respetando los saberes locales de los pescadores.

El segundo objetivo consistió en caracterizar socioeconómica y ambientalmente a las asociaciones, por medio de un instrumento de captura de información aplicado en trabajo de campo. Los resultados arrojaron que, las condiciones socioeconómicas de las asociaciones no distan de las condiciones propias del municipio de Guapi, en cuanto a la poca cobertura de servicios básicos que tienen las familias, y el alto costo de vida debido a los problemas de transporte, por lo tanto, se concluye que las familias de los miembros de las asociaciones no se encuentran en condiciones óptimas y que tienen muchas necesidades básicas que no han sido resueltas. Además, existe una alta proporción de población de niños y adolescentes, por lo tanto, se concluye que existen altas tasas de natalidad al interior de las familias. Estas condiciones deben tenerse en cuenta al momento de plantear el plan de negocios pues pueden convertirse en un limitante debido a las dificultades para acceder a servicios públicos y la poca provisión de bienes que existe al interior de los hogares, especialmente en la comunidad Nueva Bella Vista.

El tercer objetivo específico radicaba en la elaboración de los perfiles ocupacionales de los miembros de las asociaciones y sus familias, mayores de quince años, por medio de la

información obtenida en el cuestionario. Al elaborar los perfiles ocupacionales, se puso de manifiesto que las condiciones socioeconómicas de las personas influyen en sus niveles educativos y de formación para el trabajo, debido a que los resultados obtenidos arrojaron que la razón principal por la que las personas no se capacitan es la insolvencia económica, lo que demuestra que las personas deben trabajar en extensas jornadas que los imposibilitan para capacitarse y que su principal objetivo es trabajar para llevar el sustento diario a sus familias. Además, en términos de capacitación y otras actividades económicas realizadas por los encuestados, los resultados de este trabajo permiten concluir que la pesca ya no es una actividad rentable para las familias y que el relevo generacional no es una constante.

Es importante reconocer las experiencias de la población como punto de partida para mejorar sus condiciones de vida, por medio de una propuesta de un plan de negocios. Estas experiencias radican en las diferencias culturales entre los tres grupos étnicos que han generado sus propias dinámicas económicas y conocen mejor que nadie su propio territorio.

Sin embargo, los resultados aquí presentados deben ser contrastados, validados y complementados a través de encuentros con actores claves de la comunidad, por medio de grupos focales, entendidos como una especie de entrevistas grupales que consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos, en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas. Más allá de hacer la misma pregunta a varios participantes, su objetivo es generar y analizar la interacción entre ellos y cómo se construyen grupalmente significados (Morgan, 2008; y Barbour, 2007 citados en Hernández, 2014)

Finalmente, el desarrollo de este trabajo provee de insumos que permitan aportar al desarrollo del primer y tercer objetivo del proyecto, en cuanto a la caracterización socioeconómica y ambiental de las asociaciones y la cadena de valor, pero además al planteamiento de un plan de negocios en torno a la pesca artesanal sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Guapi (2020). *Plan de desarrollo Municipal “Guapi Somos Todos”* 2020-2023. Colombia: Guapi. Recuperado de: https://alcaldiaguapicauca.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldiaguapicauca/content/files/000243/12122_pdm-guapi-final-2020-2023-de-18062020.pdf

Barratt, M. (2004). *Understanding the meaning of collaboration in the supply chain*. Supply Chain Management: An International Journal. 9(1), 30–42. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/13598540410517566>

Coase, Ronald (1937) *La naturaleza de la empresa*. Económica (Blackwell Publishing) Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>

Colby, M. E. (1990), “*Environmental management in development: The evolution of paradigms*”, En World Bank Discussions Papers. n.80. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/092180099190032A>

Cruz, González, S. (2019) *Modelo de asociatividad para productores de una cadena productiva para la mejora de los canales comerciales en el municipio de Rosas, Cauca*. Tesis de maestría. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.. Recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/76397>

DANE (2022) *Glosario - Gran Encuesta Integrada de Hogares*. Colombia. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/28-espanol/sociales/mercado-laboral/422-glosario-gran-encuesta-integrada-de-hogares>

Demenus, W., Crespo Coello, P., Castellón Rodríguez, N., Apaza Ticona, A., Miranda Araúz, A., Gutiérrez, I., Angulo, J. (2011). *Cadenas Productivas y Desarrollo Económico Rural En Latinoamérica*. Recuperado de: <http://www.sidalc.net/repdoc/A4652e/A4652e.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. *Desarrollo empresarial. Metodología censal y muestral. Kit de Planeación territorial*. Colombia. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://colaboracion.dnp.gov.co/C>

DT/Desarrollo%2520Empresarial/Metodolog%25C3%25ADa.pdf&ved=2ahUKEwi7-PyCudX2AhV2TjABHSoKCykQFnoECAgQAQ&usg=AOvVaw0zCzWICHclAtw9MUjOmtai

Espinosa, H. R., Julián, C., Gómez, R., Fernando, L., y Betancur, R. (2018). *Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agro Empresas Asociativas Rurales*. En Revista Economía e Sociología Rural. Colombia. Recuperado de: <https://www.revistasober.org/article/doi/10.1590/1234-56781806-94790560107>

Galeano, S., Sánchez, M., Villarreal, M. (2008) *Modelo de gestión del conocimiento apoyado en la vigilancia tecnológica y la inteligencia competitiva para la cadena productiva de la uva Isabella en la bioregión del Valle del Cauca*. En Cuadernos de Administración. Universidad del Valle. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225014905007.pdf>

Gatti, M., Grazia, M., Tagliaferro, C. (2000) *Perfiles ocupacionales cambiantes en la industria hotelera: estudios de casos en Francia, Italia y España. Informe de síntesis*. Recuperado de: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED452372.pdf>

Gómez, E. (2012) *Estudio de gestión ambiental para la empresa avícola agrícola mercantil del Cauca - AGRICCA S.A.* Tesis de maestría. Universidad de Manizales. Recuperado de: https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/563/402_Gomez_Daza_Elcy_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández-Sampieri, R. (2014) *Metodología de la investigación*. México. D.F. Sexta Edición. Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. ISBN: 978-1-4562-2396-0, 634 p. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p. Recuperado de: http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf

Herr, M., Muzira, T. (2011) *Desarrollo de cadenas de valor para el trabajo decente (DECAV): Una guía para profesionales del desarrollo, funcionarios gubernamentales e iniciativas del sector privado*. Oficina Internacional del Trabajo. Recuperado de:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Desarrollo-de-cadenas-de-valor-para-el-trabajo-%3A-e-Herr-Muzira/564bf326a9899c7da04100f862494777a844f1c7>

Heyden, D., & Camacho, P. (2006). *Guía Metodológica para el Análisis de Cadenas Productivas*. 2da. Edición. Quito, EC, RURALTER. Recuperado de: https://assets.helvetas.org/downloads/guia_metodologica_para_el_analisis_de_cadenas_productivas.pdf

Hirschman, Albert. (1964) *Estrategia del desarrollo económico*. 2da. Edición. Fondo de Cultura Económica. México, D.F. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2037/8/S33098N962Cvol2_es.pdf

Hobbs J.E., Cooney A., y Fulton M. (2000), *Value Chains in the Agri-food Sector*. Department of Agricultural Economics. University of Saskatchewan. Canadá. Recuperado de: <https://www.yumpu.com/en/document/view/40547119/value-chains-in-the-agri-food-sector-what-are-they>

Kamphoefner, W. (2017) *¿Quién se fue al sur? El nicho étnico alemán en los hemisferios norte y sur*. Universidad de Cambridge. Recuperado de: <https://doi.org/10.1017/ssh.2017.13>

Krugman, P. y Obstfeld, M. (2006) *Economía internacional: teoría y política*. Séptima Edición. Madrid, España. PEARSON EDUCACIÓN, S. A. ISBN 10: 84-7829-080-XI Recuperado de: <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Krugman-y-Obstfeld-2006-Economia-Internacional.pdf>

Mata, G. (2008) *Apuntes de estrategia y competencia: Crítica del modelo de la cadena de valor*. Recuperado de: <https://gustavomata.com/wp-content/uploads/2008/04/microsoft-word-estrategia-y-competencia-16.pdf>

Ministerio del Trabajo, Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo - PNUD y Universidad Católica de Colombia (2014) *Perfiles Ocupacionales para el Sector de*

Confecciones en Bogotá, Cali y Medellín. Colombia. Recuperado de: <https://publicaciones.ucatolica.edu.co/uflip/perfiles-ocupacionales/pubData/source/perfiles-ocupacionales.pdf>

Nutz, N., Sievers, M. (2016) *Guía General para el desarrollo de cadenas de valor. Cómo crear empleo y mejores condiciones de trabajo en sectores objetivos.* Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_541432.pdf

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) (2004). *Manual de minicadenas productivas.* Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://docplayer.es/24082385-Manual-de-minicadenas-productivas-organizacion-de-las-naciones-unidas-para-el-desarrollo-industrial.html>

Peluffo A. Martha Beatriz, Catalán Contreras Edith, (2002), *Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público.* Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES Santiago de Chile, p.14 Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5586/S2002617_es.pdf?seque

Plazas, A., Pemberthy, L., Sánchez, D. (2008) *Hacia el planteamiento de una estrategia integral para mejorar la competitividad de productores rurales de pequeña escala en el Cauca - Colombia.* En Revista Internacional Administración y Finanzas. (RIAF) Volumen 1. Recuperado de: <https://www.theibfr.com/es/download/riaf/2008-riaf/riaf-v1n1-2008/RIAF-VIN1-2008.pdf>

Porter, M. (1991) *Ventaja competitiva.* Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Buenos Aires, Argentina. Editorial Rei.

Prando, R. (1996) *Manual Gestión de la Calidad Ambiental.* Guatemala. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/357244197/Prando-Raul-Manual-De-Gestion-De-La-Calidad-Ambiental-pdf>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Departamento para la Prosperidad Social (DPS) (2013) *Perfiles ocupacionales del sector construcción de la ciudad de Cartagena de Indias*. Colombia. Recuperado de: https://issuu.com/pnudcol/docs/sector_construcci__n_perfiles_ocupa

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Departamento para la Prosperidad Social (DPS) y Observatorios Regionales del Mercado de Trabajo (ORMET) (2014) *Perfiles ocupacionales: una herramienta para facilitar la inclusión laboral*. Colombia. Recuperado de: <https://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/45708224-fb20-41fc-961d-eabcc086989e/PERFILES+OCUPACIONALES+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kCqzPNq>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2014) *Perfil Ocupacional Y Productivo De Los Habitantes De La Vereda El Hatillo, Municipio El Paso, Cesar*. Colombia. Recuperado de: <https://info.undp.org/docs/pdc/Documents/COL/PERFIL%20OCUPACIONAL%20Y%20PRODUCTIVO%20DE%20LOS%20HABITANTES%20DE%20LA%20VEREDA%20EL%20HATILLO.pdf>

Red de desarrollo sostenible de Colombia. (2001) *Gestión ambiental*. Colombia. Recuperado de: https://rds.org.co/apc-aa-files/ba03645a7c069b5ed406f13122a61c07/gestion_ambiental.pdf

Ricardo. D. (1817) *The Principles of Political Economy and Taxation*. Londres, Inglaterra. Biblioteca de economía y libertad. Recuperado de: <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/ricardo/Principles.pdf>

Ruíz, S., Ochoa, I.E., Bernal, Z. (2021) *Calidad en el servicio del departamento de recepción de hoteles de Hermosillo, Sonora, México*. Universidad de Sonora. México. Recuperado de: <http://www.repositorioinstitucional.uson.mx/handle/unison/5664>

Sánchez Upegüi, A., (2010). *Introducción: ¿qué es caracterizar?* Medellín, Fundación Universitaria Católica del Norte.

Strauss A. y Corbin J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Universidad Icesi, (2018). *Cartilla Nueva Bella Vista*. Cali. Universidad Icesi, primera edición. E-ISBN. Recuperado de: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84340/4/jaramillo_sanar_nuevabellavista_2018.pdf

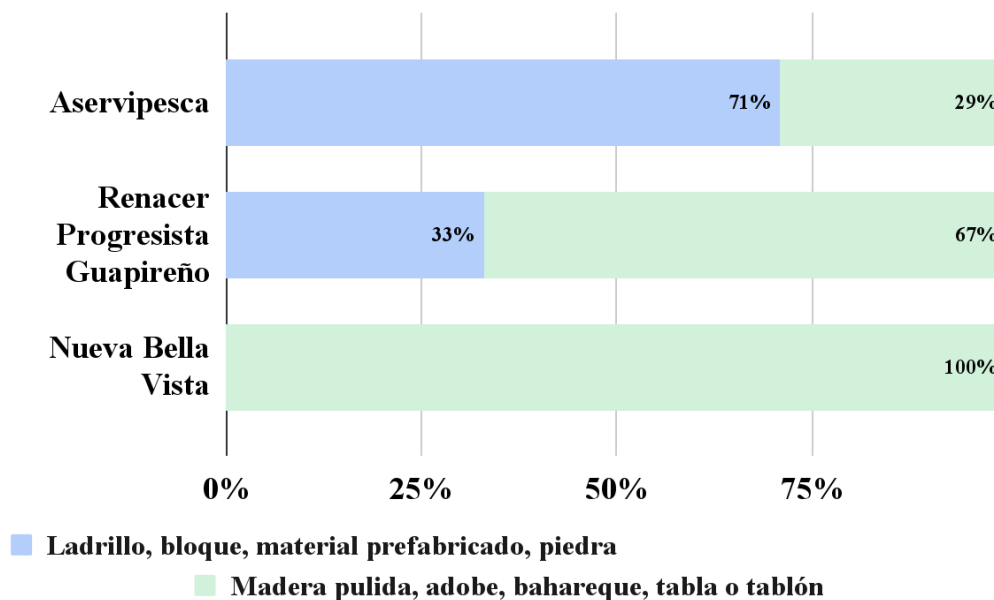
Universidad Nacional de Colombia y Universidad del Cauca, (2020). *Proyecto Econavi Pesca del Pacífico: Ecosistema para la navegación pesquera sostenible en el municipio de guapi, Cauca*. Colombia. Dirigido a la Embajada de Suecia.

Vizcarra, J. (2007). *Diccionario de economía. Términos, ideas y fenómenos económicos*. Grupo Editorial Patria, México, D.F, 3-162. Recuperado de: <https://biblat.unam.mx/es/revista/mundo-siglo-xxi/articulo/diccionario-de-economia-vizcarra-cifuentes-jose-luis-mexico-grupo-editorial-patria-primera-ediccion-2007>

Woldaw, D. y Yawson, R. (2019) *Perfil laboral y ocupacional de los inmigrantes de África Oriental en los Estados Unidos: una revisión histórica*. Reino Unido. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13678868.2019.1570480>

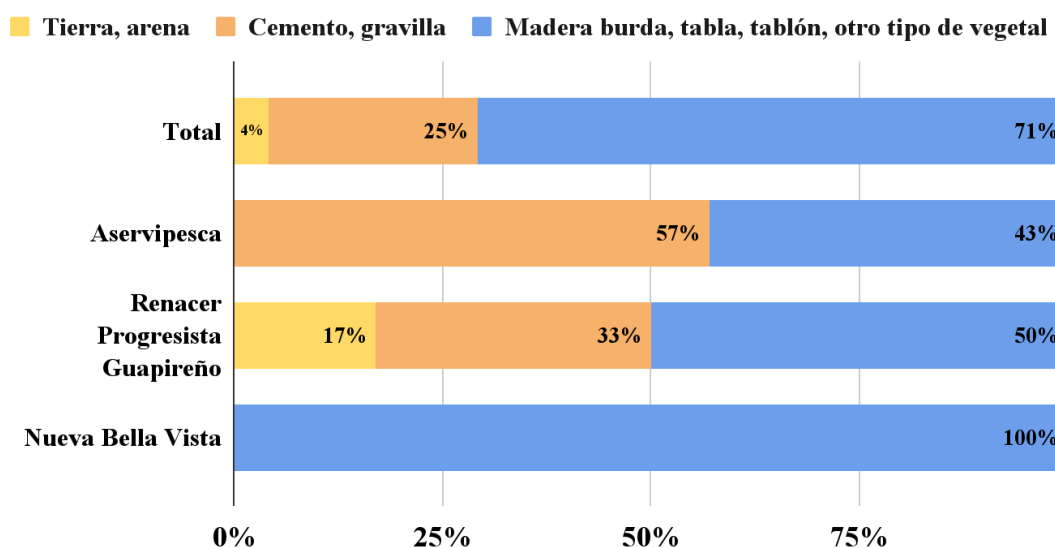
ANEXOS

Anexo 1. Distribución porcentual del tipo de material predominante en paredes, según asociación



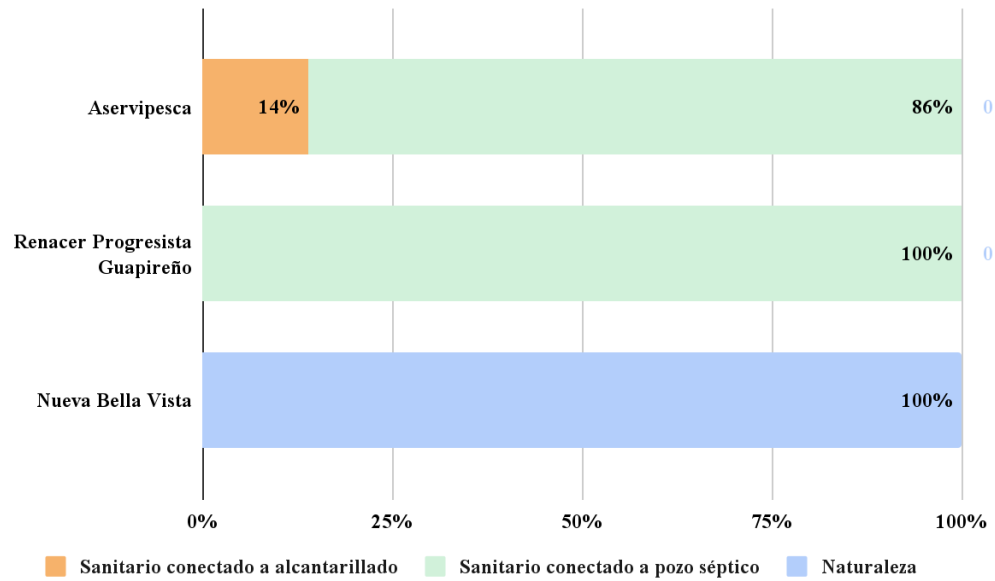
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Anexo 2. Distribución porcentual del tipo de material predominante en pisos, según asociación



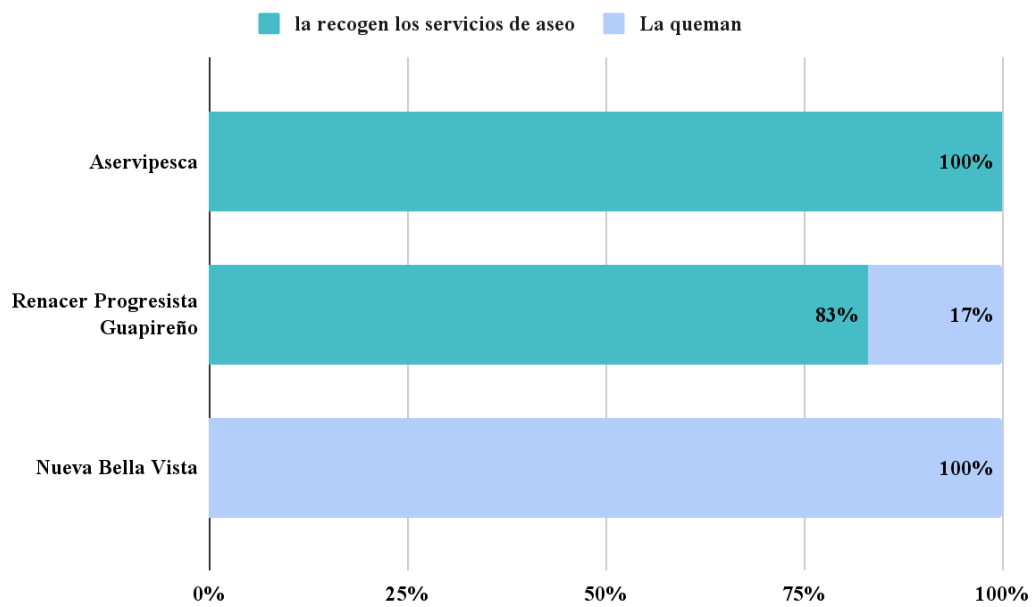
Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Anexo 3. Distribución porcentual del tipo de servicio sanitario utilizado, según asociación



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Anexo 4. Distribución porcentual del tipo de recolección de basuras, según asociación



Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO

Anexo 6. Número promedio de personas por hogar, según asociación

Asociación	Promedio de personas por hogar
Aservipesca	5
Renacer Progresista Guapireño	3
Nueva Bella Vista	5

Fuente: Encuesta de caracterización socioeconómica - Proyecto ECONAVIPESCA PACÍFICO