

ESTUDIO DEL COMERCIO INFORMAL EN LA CALLE PEATONAL  
SPRATT BIGHT DEL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRES

JUAN FELIPE RODRIGUEZ BENDEK

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA  
FACULTA DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
BOGOTA, D.C., 2015

ESTUDIO DEL COMERCIO INFORMAL EN LA CALLE PEATONAL  
SPRATT BIGHT DEL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRES

JUAN FELIPE RODRIGUEZ BENDEK  
CÓDIGO: 620623

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR DE  
EMPRESAS

ASESORA  
NORMA LUCÍA BONILLA LONDOÑO  
Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA  
FACULTA DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
BOGOTA, D.C., 2015

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá D.C. 10 de Febrero de 2015

## CONTENIDO

	Pág.
1. MARCO TEORICO	12
1.1. DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE	12
1.2. CAPITAL SOCIAL	14
1.3. ECONOMIA SOLIDARIA	15
1.4. COMPETITIVIDAD	22
2. MARCO CONTEXTUAL	25
2.1. HISTORIA SAN ANDRES	25
2.2. GEOGRAFÍA	26
2.2.1. Ubicación	26
2.2.2. Clima	27
2.2.3. Suelos	27
2.2.4. Poblaciones	28
2.2.5. Economía	28
2.2.6. Peatonal Spratt Bigh	29
2.2.7. Plan De Desarrollo De San Andrés	30
3. METODOLOGIA	32
3.1. PASOS DEL PROYECTO	32
3.1.1. Desarrollo marco teórico y contextual – preparación	32
3.1.2. Desarrollo marco metodológico – Taller	33
3.1.3. Categorización	34
3.1.4. Diseño del documento final	34
3.2. HERRAMIENTAS	34
3.2.1. Observación	34
3.2.2. Entrevistas	35
3.2.3. Categorías de análisis	35

4.	CATEGORIZACION Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION	40
4.1.	DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE	40
4.1.1.	Desarrollo Social	41
4.1.2.	Desarrollo económico	41
4.1.3.	Protección del Medio Ambiente	42
4.2.	CAPITAL SOCIAL	42
4.2.1.	Integración Social	43
4.2.2.	Asociatividad	43
4.2.3.	Comunicación	43
4.2.4.	Confianza	44
4.3.	ECONOMÍA SOLIDARIA	44
4.3.1.	Igualdad	45
4.3.2.	Carácter Lucrativo	45
4.3.3.	Cooperación	46
4.4.	COMPETITIVIDAD	46
4.4.1.	Calidad	47
4.4.2.	Precios	47
4.4.3.	Preferencia	47
4.4.4.	Las Cinco Fuerzas de Porter	48
5.	CONCLUSIONES	49
6.	RECOMENDACIONES	50
	BIBLIOGRAFÍA	52

## **TABLAS**

Tabla 1 Diferencias entre cooperativa y asociación mutual	20
Tabla 2 Unidades de análisis desarrollo humano sostenible	36
Tabla 3 Unidades de análisis capital social	37
Tabla 4 Unidades de análisis economía solidaria	38
Tabla 5 Unidades de análisis competitividad	39

## **ANEXOS**

ANEXO A - PEATONAL SPRAT BIGH	53
ANEXO B – ENTREVISTA	54
ANEXO C – FOTOGRAFIAS ENCUESTADOS	55

## RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en las problemáticas que hoy día aqueja al comercio informal de una de las zonas más visitada y reconocida en materia turística de Colombia. Se habla entonces del Archipiélago de San Andrés como una privilegiada cadena de islas ancladas en el mar Caribe dispuestas a atender a más de 500 mil personas anualmente, dentro de las cuales se hayan nacionales y extranjeras.

El proyecto se abordará desde la perspectiva administrativa. Se buscará identificar los factores que de forma relevante determinan esta condición entre las personas que laboran como vendedores ambulantes en la reconocida calle *Spratt Bight*, circundante a la hermosa Bahía sanandresana. Igualmente se postulará una estrategia que legalice y garantice sus derechos laborales y de asociación, incluyéndolos como parte fundamental de la economía de la isla y de la experiencia de los turistas.

**Palabras claves:** San Andrés, comercio informal, economía solidaria, competitividad y capital social

## ABSTRACT

This project focuses on the problems that afflict the most visited and recognized in tourism of Colombia. This is known as the Archipelago of San Andres as a privileged island chain in the Caribbean sea anchored willing to serve more than 500,000 people annually, within which are domestic and foreign.

The project is addressed from an administrative perspective. They seek to identify the relevant form factors determine this condition among people who work as vendors on the street recognized *Spratt Bight*, surrounding the beautiful Bay sanandresana. Also will run a strategy to legalize and ensure their labor and trade union rights, including as a fundamental part of the economy of the island and the tourist experience.

**Keywords:** San Andrés, informal trade, solidarity economy, competitiveness and social capital

## INTRODUCCION

El paraíso tropical ronda por la mente cuando de San Andrés Islas se habla Playas hermosas, mar de 7 colores majestuosos, gente amable y ambiente sin igual es el recuerdo que todo colombiano evoca al pensar en el archipiélago Por estas mismas características es que ahora también se está convirtiendo en ese pequeño pero perfecto lugar para descubrir por los extranjeros, la porción de tierra situada a 720 km del Noroeste de la Costa Colombiana<sup>1</sup> que se acoge perfectamente al realismo mágico que relata García Márquez y que utilizó marca Co para sus singulares campañas publicitarias de turismo y negocios en este magnífico país

De todos es conocimiento que el caribe es para el mundo entero un lugar por disfrutar En los últimos tiempos toda la región norte, incluyendo las islas San Andrés y Providencia ha tenido un gran desarrollo económico fomentado en gran parte por el turismo que ha mejorado tras las mejoras vistas en materia de seguridad nacional

Del otro lado, se tiene esta preciosa porción de tierra inmersa en el mar con una superficie de 26 Km<sup>2</sup> con gente única, distinta culturalmente dada la influencia afro y europea de siglos atrás, llena de cosas maravillosas por descubrir Además de esto y dado ese mismo aumento turístico, la isla cuenta con un organismo hotelero y comercial gigante, capaz de atender las necesidades los más de 500 mil turistas que visitan anualmente la región<sup>2</sup>

La región insular que quizá en algún momento se sintió olvidada por la nación, a la que quizá le fueron esquivos ciertos derechos, hoy es un sitio emergente capaz de crear oportunidades y por la cual se preocupa el país, encargándose entonces de fortalecer los vínculos a nivel tan social como económico, estimulando todo aquello que genere productividad dentro de sus habitantes

Una de las consecuencias que ha tenido este ambiente de crecimiento durante los últimos años ha sido el aumento notable de inmigrantes, provenientes en mayor parte del área continental de Colombia, específicamente de los departamentos de

---

<sup>1</sup> TURISCOLOMBIA [On line]. Bogotá, guía de turismo de Colombia [consulta septiembre 2013] Disponible en : <http://www.turiscolumbia.com/sanandres.htm>

<sup>2</sup> TODA COLOMBIA ES MI PASIÓN [On line]. Bogotá, departamento de San Andres [consulta septiembre 2013] Disponible en: <http://www.todacolombia.com/departamentos/sanandres.html>



Magdalena, Atlántico Bolívar y Antioquia<sup>3</sup> Ellos motivados por el desarrollo económico del lugar han viajado allí para encontrar una mejor fuente de ingreso. Hablamos de personas con bajos niveles de educación dedicadas en su mayoría a actividades comerciales informales como la venta de artesanías, de comidas, servicio de trenzado de cabello, masajes y demás entretenimientos orientados al turista que siempre se muestra interesado en ellos. Actividades que infortunadamente no han sido previstas por las autoridades regionales y que no cuentan con respaldo alguno, ni público ni privado, para ejercer su labor.

En los últimos años así como ha crecido el número de visitas y en pro de cumplir con su demanda también ha crecido el comercio, hay nuevos locales, variedad en productos, precios accesibles pero también hay vendedores por la calle y por las playas que tras el famoso “rebusque” tratan de satisfacer sus necesidades básicas y en la mayoría de los casos las de sus familias también.

Resulta que este comercio ambulante actualmente, por lo que se pudo indagar, no cuenta con ningún respaldo oficial y tampoco se encuentra registrado u organizado, lo cual dificulta el desarrollo de su labor y genera dificultades para los entes de control de la isla, ya que no se tiene conocimiento de las condiciones de trabajo, de la clase de bienes que ofertan o de que cual es su impacto sobre el turista y sobre la economía de la isla. Así que son personas con escasos recursos que dependen de la afluencia de público a la Isla y que no cuentan con prestaciones sociales, capacitación, organización o estructura comercial ni estamentos que les brinden apoyo en materia social, económica o educativa.

De manera general el presente trabajo quiere dar a conocer esa realidad, quiere transmitir al lector el panorama comercial actual de la isla y la influencia que sobre ella tienen los vendedores informales; así mismo, y de manera más compleja, desde el rol de administrador se busca proponer caminos de acción que terminen en la posible solución a la situación mencionada.

Una vez tomados en cuenta algunos aspectos mencionados sobre la Isla de San Andrés y ante la problemática del comercio informal se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo se encuentra el comercio informal en la calle “spratt bight” del archipiélago de San Andrés Isla y que solución o estrategia se puede plantear para una posible organización y estructuración del sector?

---

<sup>3</sup> SITUACIÓN DE MIGRACIÓN SEGÚN CENSO DE 1993 Y TENDENCIAS DE DOS DÉCADAS [On line]. Bogotá, Colombia [consulta diciembre 2014] Disponible en : <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4943/cmg3de6.pdf;jsessionid=26F95419C7678F2A88EF385A751817F5.tdx1?sequence=3>

Lo que finalmente se pretende con este proyecto es: Caracterizar el estado actual del comercio informal de la peatonal de Spratt Bigt de San Andrés Isla y proponer unas recomendaciones para su mejoramiento

Para cumplir este objetivo será necesario: Indagar los elementos teóricos relacionados con la asociatividad, el desarrollo humano sostenible, la responsabilidad Social y la competitividad Definir herramientas que me permitan identificar el estado actual del comercio informal Conocer su forma de trabajo y operación Sugerir acciones que fortalezca e impulsen la productividad y el desarrollo de esta actividad informal en la Isla

Este proyecto se basa en el XXI Taller Internacional<sup>4</sup> de la Universidad Piloto de Colombia el cual tiene como finalidad determinar los factores productivos, educativos, ambientales y turísticos en cuando a sugerencias para el mejoramiento de la Isla, en este caso para el comercio informal

Justamente, lo que desde el ángulo académico y como ejercicio de un administrador de empresas, este trabajo busca crear un puente, un canal formal que conecte a los comerciantes informales con las isla, que les permita ejercer sus deberes y derecho como entes participantes y activos dentro de la economía regional, que como tales se les otorguen beneficios sociales y se les reconozca como sociedad económica organizada Y para llevarlo a cabo es necesario en primera medida observar como turista, pues es de gran importancia vivir la experiencia desde todas las perspectivas Entonces, conocer la manera en que atienden a sus clientes y qué clase de servicios puede ser encontrado en ellos

Como metodología se plantea que el proyecto es de tipo descriptivo cualitativo, porque lo que busca es identificar y describir cómo es la realidad del comercio informal en la calle Spratt Bight en el Archipiélago de la isla de San Andres, basado en los fines de cada persona para realizar dicha actividad; esto será analizado desde el punto experiencial, es decir conviviendo en este entorno Este fue un trabajo de observación y entrevistas, hablar con ellos, escuchar sus puntos de vista, entender la forma de su operación, ver lo que tienen y de lo que carecen como comerciantes También es de gran relevancia identificar la posición de los comerciantes referente al departamento y de esta manera encontrar los puntos a favor de dichos comerciantes según su impacto en el turismo

---

<sup>3</sup> XXI TALLER INTERNACIONAL SAN ANDRES Y PROVIDENCIA 2013 [On line] Bogota, Universidad Piloto de Colombia. [Consulta julio de 2014] Disponible en: [https://docs.google.com/file/d/0B\\_1FC4pVPLJqQTNWTDJLeVV1b0k/edit?pli=1](https://docs.google.com/file/d/0B_1FC4pVPLJqQTNWTDJLeVV1b0k/edit?pli=1)

Por último, la labor del administrador será unificar esas tres vertientes, la asociatividad, la responsabilidad social y el desarrollo humano sostenible para encontrar un punto común en el que el turista, el vendedor y la región se beneficien mutuamente, satisfagan sus necesidades y vivan su rol de la forma más adecuada y sostenible en cuanto al comercio se refiere

Tomando como referencia todo lo investigado se generaran propuestas de mejoramiento en la Peatonal, ofreciendo sugerencias a los comerciantes para que sus condiciones de ser comerciantes formales sean más fáciles, pero también resaltando que deben cumplir con ciertos estándares que establezcan las autoridades competentes, estableciendo parámetros de control en el peatonal

En el siguiente proyecto se podrán observar cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera:

- Un marco teórico, donde se encuentran significados del desarrollo humano sostenible, el capital social, la economía solidaria y la competitividad, los cuales serán analizados según el Comercio Informal que se presenta en la calle Spratt Bight en el Archipiélago
- Un marco contextual, que destaca los aspectos importantes de San Andrés, como geografía, cultura, turismo, comercio, entre otros
- Un marco metodológico, donde se muestra el proceso del trabajo, es decir el paso a paso de lo experimentado en la calle Spratt Bight en el Archipiélago y el desarrollo del proyecto acerca del Comercio Informal en San Andrés, tomando en cuenta el rol de administrador
- Unas variables de análisis obtenidas del marco teórico las cuales dan pasó a las conclusiones finales, según lo observado en el peatonal, las reacciones de los turistas, residentes y comerciantes en San Andrés

## 1. MARCO TEORICO

Lo que busca el siguiente marco teórico es aportar los conceptos básicos del desarrollo humano sostenible, el capital social, la economía solidaria y la competitividad, como factores claves que ayudarán a identificar algunas de las problemáticas que acoge a los comerciantes informales en San Andrés Tiene como finalidad hacer que el lector entre en contexto con los términos ya mencionados y así poderlos aplicar no solo a este proyecto sino también a problemáticas futuras

### 1.1. DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE

El concepto de desarrollo sostenible se entiende como crecimiento económico y mejoramiento del nivel material de vida, las condiciones ecológicas y sociales para que ese desarrollo pueda perdurar en el tiempo; refleja una creciente conciencia acerca de la contradicción que puede darse mientras se genera el desarrollo Esta conciencia de los costos humanos, naturales y medioambientales del desarrollo y el progreso ha venido a modificar la actitud de despreocupación o justificación que al respecto imperó durante mucho tiempo La idea de un crecimiento económico sin límites y en pos del cual todo podía sacrificarse vino a ser reemplazada por una conciencia de esos límites y de la importancia de crear condiciones de largo plazo que hagan posible un bienestar para las actuales generaciones que no se haga al precio de una amenaza o deterioro de las condiciones de vida futuras de la humanidad<sup>5</sup>

El desarrollo sostenible se aceptó exclusivamente en las cuestiones ambientales En términos más generales, las políticas de desarrollo sostenible, afectan a tres áreas: económica, ambiental y social En apoyo a esto, varios textos de las Naciones Unidas, incluyendo el documento final de la cumbre mundial,<sup>6</sup> se refieren a los tres componentes del desarrollo sostenible, que son el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, como "pilares interdependientes que se refuerzan mutuamente"

---

<sup>5</sup> Robert. Nisbet. La idea de progreso. Para la evolución conceptual de las ideas de desarrollo y progreso. En: Revista Libertas 5, (1986), ESEADE

<sup>6</sup> ASAMBLEA GENERAL DE NACIONES UNIDAS. [On line] Bogota, Documento Final de la Cumbre Mundial. Página 12. Resolución aprobada el 24/10/2005 [Consulta junio de 2013] Disponible en: [http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/hrcouncil/docs/gaA.RES.60.1\\_Sp.pdf](http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/hrcouncil/docs/gaA.RES.60.1_Sp.pdf)

La puesta en práctica del desarrollo sostenible tiene como fundamento ciertos valores y principios éticos. La Carta de la Tierra<sup>7</sup> presenta una articulación comprensiva e integral de los valores y principios relacionados a la sostenibilidad. Este documento, el cual es una declaración de la ética global para un mundo sostenible, fue desarrollado a partir de un proceso altamente participativo global, por un período de 10 años, iniciado en la Cumbre de Río 92, y el cual culminó en el año 2000. La legitimidad de la Carta de la Tierra proviene precisamente del proceso participativo el cual fue creado, ya que miles de personas y organizaciones de todo el mundo brindaron su aporte para encontrar esos valores y principios compartidos que pueden ayudar a las sociedades a ser más sostenibles. Actualmente existe una creciente red de individuos y organizaciones que utilizan este documento como instrumento educativo y de incidencia política<sup>8</sup>.

UNESCO La Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural 2 de noviembre de 2001. Profundiza aún más en el concepto al afirmar que "la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos"<sup>9</sup>; Se convierte en "una de las raíces del desarrollo entendido no sólo en términos de crecimiento económico, sino también como un medio para lograr un balance más satisfactorio intelectual, afectivo, moral y espiritual". En esta visión, la diversidad cultural es el cuarto ámbito de la política de desarrollo sostenible<sup>10</sup>. En la misma línea conceptual se orienta la organización mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) con la Agenda 21 de la cultura.

El desarrollo verde se diferencia del desarrollo sostenible en que el primero da prioridad al ambiente antes de los aspectos económicos y culturales; algunas investigaciones argumentan que el "el medio ambiente es una combinación de naturaleza y cultura". Se interpreta la diversidad cultural como un punto clave al desarrollo sostenible<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> Iniciativa de la Carta de la Tierra [On line]. Bogotá, valores y principios para un futuro sostenible (2012) [Consulta junio de 2013] Disponible en: <http://www.earthcharterinaction.org/contenido/>

<sup>8</sup> Ibíd.

<sup>9</sup> ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. [On line] Bogotá, Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Adoptada por la Conferencia General de la Unesco en su 31ª reunión (2001, 2 noviembre) [consulta julio de 2013] Disponible en:

[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

<sup>10</sup> Ibíd.

<sup>11</sup> SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN A DIVERSE WORLD (en inglés) [On line] patrocinado por la Unión Europea. [Consulta junio de 2013] Disponible en: <http://www.susdiv.org/>

Abarcando el comercio en San Andrés o en cualquier otro lugar, y aplicando las políticas ya mencionadas económica, ambiental y social; es de saber que los comercios informales o peatonales no cumplen dichas políticas establecidas para un desarrollo humano sostenible. Con base en la economía es un factor lucrativo solo para el comerciante, es decir no beneficia en nada al peatonal y mucho menos a la isla; en el término ambiental es quizás el que más problemas tienen, pues al ser un comercio de calle no cuenta con los parámetros necesarios para el bienestar de la isla, lo cual puede perjudicar las playas o el mar con los desechos producidos según las actividades comerciales; y finalmente en el ámbito social, no es del agrado para muchos turistas y menos para los residentes quienes buscan un lugar tranquilo en las playas para descansar y se encuentran con un sector de comerciantes

## 1.2. CAPITAL SOCIAL

El término capital social fue reincorporado al léxico de las ciencias sociales por (James Coleman en los años ochenta y alude a la capacidad de las personas de trabajar en grupo<sup>12</sup> Para James Coleman el capital social se presenta tanto en el plano individual como en el colectivo<sup>13</sup> Es decir se enfoca en la integración social

Robert Putnam expresa que el capital social está conformado fundamentalmente por el grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas y el nivel de asociatividad<sup>14</sup> En el capital social se puede encontrar la confianza entre los asociados y las actitudes positivas con las que cada miembro pretenda aportar en conocimiento, bienes o dinero

Se habla de capital social cuando se destaca el aporte creativo de determinadas formas de organización para dinamizar y potenciar la vida social, creando confianza social y lazos de cooperación, lo que permitirá compartir información y de esta manera fomentar decisiones colectivas. Contando con la confianza y

---

<sup>12</sup> OCAMPO, Jose Antonio. Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe. [On line]. Bogotá, capítulo II, capital social y desarrollo: la agenda venidera. pág. 33 [Consulta noviembre de 2013] Disponible en: [http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/11586/Primera\\_parte.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/11586/Primera_parte.pdf)

<sup>13</sup> KLIKSBURG, Bernardo. Capital social y de cultura, claves esenciales del desarrollo. [On line]. En: Revista de la CEPAL 69. Bogotá, (diciembre 2009), pág. 87 col. 2 [consulta noviembre de 2013] Disponible en:

[http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/CapitalSocialyCultura\\_Kliksberg\\_1999.pdf](http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/CapitalSocialyCultura_Kliksberg_1999.pdf)

<sup>14</sup> *Ibid.*, pág. 87 col. 1

compromiso cívico, el capital social influye en el desarrollo económico y en el desempeño de las instituciones democráticas influyendo en el enfoque del mercado<sup>15</sup>

Si entre los comerciantes se logra establecer confianza, sería el primer paso para crear un capital social, y de esta manera fomentar el compromiso entre ellos; posteriormente hablar de la posibilidad para crear una sola empresa o asociación entre ellos a fin de que todos los miembros cuenten con los mismos beneficios

### **1.3. ECONOMIA SOLIDARIA**

La economía solidaria es un tema complejo, complicado de tratar y todavía más, de ponerlo en práctica, puesto que quienes tienen más beneficios dejarán de tenerlos tan altos para que otras personas tengan una mínima oportunidad de poder progresar económicamente y esto es bastante difícil de obtener con la avaricia que hay hoy en día. Pero hay mucha gente que no se preocupa solo de sus intereses (en este caso económicos) y se preocupa por el de otras personas e intenta que todo el mundo pueda resolver sus necesidades básicas mínimas. Lo que se pretende es justificar la creación de una sociedad para los comerciantes informales para que entre ellos todos tengan las mismas condiciones económicas, sin importar la actividad que realicen, todos se verían igualmente beneficiados, o por el contrario, ante alguna eventualidad, unos contarán con el respaldo de los otros.

En la economía solidaria influyen términos relevantes como son el comercio justo, empresa social y mercado social, los cuales posteriormente serán explicados. Para empezar se formula la pregunta: ¿Puede haber un mundo solidario y con ello una economía solidaria? En principio y tal y como están las cosas sería bastante difícil conseguirlo pero con esfuerzo y aportando la confianza en ello se puede conseguir. La economía solidaria quiere promover un desarrollo duradero integrando las necesidades de las generaciones actuales y futuras. El objetivo principal de la economía solidaria es favorecer la expansión de cada ser humano y permitir que cada uno obtenga lo mejor posible, a lo largo de su vida, el tiempo dedicado a la formación, a una actividad remunerada, al voluntariado y a la vida familiar o personal. La economía solidaria es una vía alternativa y prometedora para el conjunto de la sociedad, está basada en la tolerancia, la libertad, la democracia, la

---

<sup>15</sup> Asociatividad y capital social [On line], Bogotá, El capital social: alcances del término pag. 3 [Consulta julio de 2014] Disponible en: <http://www.desarrollohumano.cl/archivos/parte3ok.pdf>

transparencia, la igualdad y la salida hacia un mundo mejor y más repartido económicamente<sup>16</sup>

Ahora se analizan a profundidad los principales objetivos para saber qué y para qué es la economía solidaria:<sup>17</sup>

- La igualdad, satisfacer de manera igual los intereses de todas las personas interesadas por las actividades de la empresa o de la organización
- El empleo, el objetivo es crear empleos estables y favorecer el acceso a personas desfavorecidas. Asegurar a cada miembro del personal condiciones de trabajo dignas y así estimulando su desarrollo personal y su toma de responsabilidades
- Medioambiente, utilizar métodos de producción y productos que no sean perjudiciales para la naturaleza y así también conseguiríamos solucionar casi involuntariamente grandes problemas actuales de contaminación
- Cooperación, favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización
- Sin un carácter lucrativo, las iniciativas solidarias no tendrán por fin la obtención de beneficios, sino la promoción humana y social, lo cual no obsta para que sea imprescindible el equilibrar la cuenta de ingresos y gastos, e incluso, si es posible, la obtención de beneficios. Eso sí, los posibles beneficios no se repartirán para beneficio particular, sino que se revertirán a la sociedad mediante el apoyo a proyectos sociales, a nuevas iniciativas solidarias o a programas de cooperación al desarrollo, entre otros
- Compromiso con el entorno, las iniciativas solidarias estarán plenamente presentes en el entorno social en el que se desarrollan, lo cual exige la cooperación con otras organizaciones que afrontan diversos problemas del territorio y la implicación en redes, como único camino para que experiencias solidarias concretas puedan generar un modelo socio-económico alternativo

Los respectivos productos y servicios de una economía solidaria, como su nombre lo dice, deben ayudar a la comunidad, deben ser solidarios y contribuir a un mejoramiento de toda la comunidad en partes iguales. Debe estar integrada en su ámbito local desde el punto de vista económico, social y ecológico. La empresa se gestiona de la manera más autónoma posible con respecto a los poderes públicos. Desarrolla relaciones comerciales justas. Los trabajadores estarán asociados a las decisiones que conciernen a su trabajo o al futuro de la empresa. Los procesos favorecerán la democracia interna, entre otros en términos de formación y se

---

<sup>16</sup> Movimiento 30 de junio [On line] Bogotá, la economía solidaria una alternativa para el desarrollo. (2012, mayo 8) [consulta junio de 2013] Disponible en: <http://movimiento30junio.wordpress.com/2012/05/08/>

<sup>17</sup> ASKUNZE ELIZAGA, Carlos. Economía Solidaria. [On line] Bogotá, Los principios de la Economía Alternativa y Solidaria p. 2 [Consulta junio de 2013] Disponible en: [http://www.economiasolidaria.org/files/ecosol\\_dic\\_ed.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/ecosol_dic_ed.pdf)



conseguirá entrar en debates según los desacuerdos para llegar al bien común y autorización de todos los miembros<sup>18</sup>

En Colombia la Economía Solidaria se reglamenta bajo la Ley 454 de 1998, “por la cual se determina el marco conceptual que regula la Economía Solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones”<sup>19</sup>

El objetivo de esta ley es transformar el enfoque del departamento administrativo nacional de las cooperativas para fomentar la Economía Solidaria, creando a su vez la Superintendencia de la Economía Solidaria y el Fondo de Garantías para Las Cooperativas

Se toma en cuenta que la Economía Solidaria se conforma con entidades sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano, creada con el objeto de producir, distribuir y consumir conjunta y eficientemente, bienes y servicios para satisfacer las necesidades de sus miembros y al desarrollo de obras de servicio a la comunidad en general; están obligadas a destinar sus excedentes a la prestación de servicios de carácter social y no podrán repartirse las reservas sociales<sup>20</sup>

La Economía Solidaria se promueve con un Consejo Nacional de Economía Solidaria –Cones-, organismo que formula y coordina, a nivel nacional, las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos generales pertinentes al sistema de la Economía Solidaria; formado por un representante de cada uno de

---

<sup>18</sup> BIEL, Gabriel. ECONOMIA SOLIDARIA [On line]. Bogotá, [consulta enero 2014] Disponible en: <http://www.economiasolidaria99.blogspot.com/>

<sup>19</sup> LEY 454 DE 1998 [On line]. Bogotá, poder público, rama legislativa nacional. Diario Oficial No. 43.357, de 6 de agosto de 1998 [consulta enero 2014] Disponible en: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1998/ley\\_0454\\_1998.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1998/ley_0454_1998.html)

<sup>20</sup> TORRE GRAFICA Formas asociativas de economía solidaria [On line]. Bogotá, una alternativa clara para la inclusión y el desarrollo económico de Bogotá. [consulta enero 2014] Disponible en: [http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CCsQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.desarrolloeconomico.gov.co%2Fdocumentos%2Fcategory%2F93-produccionintelectual%3Fdownload%3D1868%3Aformasasociativaseconsolidaria&ei=IXRrVLjtGsiZ Nt\\_4gMgN&usg=AFQjCNH8L1\\_Be5ljgd7mooVNB47KyVGEzg](http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CCsQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.desarrolloeconomico.gov.co%2Fdocumentos%2Fcategory%2F93-produccionintelectual%3Fdownload%3D1868%3Aformasasociativaseconsolidaria&ei=IXRrVLjtGsiZ Nt_4gMgN&usg=AFQjCNH8L1_Be5ljgd7mooVNB47KyVGEzg)

los componentes del sistema; también cuenta con el Fondo de Fomento de la Economía Solidaria -Fones<sup>21</sup>

Los fines principales de la Economía Solidaria son:<sup>22</sup>

- Promover el desarrollo integral del ser humano
- Generar prácticas que consoliden una corriente vivencial de pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor como medio para alcanzar el desarrollo y la paz de los pueblos
- Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia participativa
- Participar en el diseño y ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo económico y social
- Garantizar a sus miembros la participación y acceso a la formación, el trabajo la propiedad, la información, la gestión y distribución equitativa de beneficios sin discriminación alguna

Las organizaciones del sector solidario surgen por iniciativa de una comunidad que decide asociarse a través de la cooperación y la ayuda mutua, uniendo recursos humanos y económicos como herramientas para resolver los problemas y/o necesidades o desarrollar proyectos productivos comunes para el bienestar de ese colectivo<sup>23</sup>

Tomando en cuenta los recursos económicos en una economía de mercados, se busca que esta funcione sin ningún tipo de problemas para que fomente un comercio justo, el cual antes he nombrado, para que no haya aprovechamiento del fuerte al débil y que no haya ningún tipo de soborno o dinero negro

---

<sup>21</sup> LEY 454 DE 1998 [On line]. Bogotá, agosto 4, organismos de apoyo a la economía solidaria - artículo 20° [consulta enero 2014] Disponible en:

[http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.supersolidaria.gov.co%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fpublic%2Fnormograma%2FPrecooperativa%2520\(Dec%25201333%2520de%25201989\)%2FDisposiciones%2520Finales%2520de%2520Precooperativas%2FDisposiciones%2520Aplicables%2FArt.%252028%2FLey%2520454%2520de%25201998.doc&ei=a3VrVJSdHYGqgwSpp4LQCw&usg=AFQjCNEqtUtVshe6Gv6Tnl3A2kCAXX0uBQ](http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.supersolidaria.gov.co%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fpublic%2Fnormograma%2FPrecooperativa%2520(Dec%25201333%2520de%25201989)%2FDisposiciones%2520Finales%2520de%2520Precooperativas%2FDisposiciones%2520Aplicables%2FArt.%252028%2FLey%2520454%2520de%25201998.doc&ei=a3VrVJSdHYGqgwSpp4LQCw&usg=AFQjCNEqtUtVshe6Gv6Tnl3A2kCAXX0uBQ)

<sup>22</sup> *Ibíd.* Artículo 5°

<sup>23</sup> ABC DEL SECTOR SOLIDARIO [On line] Bogotá, II. Acerca de las organizaciones solidarias p.4 [Consulta enero 2014] Disponible en: [http://www.orgsolidarias.gov.co/sites/default/files/pagina-basica/pdf/RevistaOrganizacionesSolidarias\\_29\\_11\\_2013%20%282%29.pdf](http://www.orgsolidarias.gov.co/sites/default/files/pagina-basica/pdf/RevistaOrganizacionesSolidarias_29_11_2013%20%282%29.pdf)

Aquí encontraremos muy bien explicados los principios internacionales del comercio justo.<sup>24</sup>

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas Se basa en la reducción de la pobreza apoyando a los pequeños productores marginados
2. Transparencia y responsabilidad Cuenta con la participación de sus empleados en la toma de decisiones y proporciona información a todos sus socios
3. Prácticas comerciales justas Se preocupa por el bienestar social, económico y ambiental de sus productores
4. Pago de un precio justo Establecido por un mutuo acuerdo entre todos
5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo Contando con un entorno seguro y saludable para sus trabajadores
8. Facilitar el desarrollo de capacidades Ayudando a los pequeños trabajadores a optimizar sus habilidades
9. Promoción del Comercio Justo Aboga por los objetivos y actividades
10. Respeto por el medio ambiente Maximizan el uso de las materias primas

Para una empresa social (cooperativa de cualquier tipo, pero también sociedad laboral, mutualidad, asociación, empresa participativa), formar parte de un mercado social le significaría aumentar las ventas, reducir la incertidumbre y los riesgos, fidelizar clientes, poder acceder a tecnología, conocimientos y crédito, gozar de reconocimiento social y tener un incentivo para mantener la propia identidad Por eso se dice que las empresas solidarias y sociales entran en el mercado social que es una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios (los flujos), que funciona con criterios democráticos, ecológicos y solidarios en un territorio determinado, y que está constituida tanto por empresas sociales como por consumidores individuales y colectivos, como son ayuntamientos, escuelas, etc<sup>25</sup>

Tomando los conceptos de cooperativa y de asociación como empresa social enfocada en la economía solidaria, se establecen las siguientes diferencias:

---

<sup>24</sup> COORDINADORA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO [On line]. Bogotá, los Diez Principios Internacionales [Consulta junio de 2013] Disponible en: <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/>

<sup>25</sup> Ibíd.

**Tabla 1 Diferencias entre cooperativa y asociación mutual**

Fuente: Elaborada por RODRIGUEZ BENDECK JUAN FELIPE La información suministrada en la Tabla 1 *Diferencias entre cooperativa y asociación mutual* es obtenida y resumida de [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com)

	<b>COOPERATIVA<sup>26</sup></b>	<b>ASOCIACIÓN MUTUAL<sup>27</sup></b>
<b>Ley</b>	Ley 79 de 1988,	Decreto 1480 de 1989
<b>Definición</b>	Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se ha unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada	Personas jurídicas de derecho privado, sin ánimo de lucro, constituidas libre y democráticamente por personas naturales, inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda recíproca frente a riesgos eventuales y satisfacer sus necesidades de seguridad social
<b>Objeto Social</b>	Para organizar las personas parten de una actividad económica, como el ahorro, el crédito, el consumo, el mercadeo, el transporte, etc Y sirviendo una actividad económica pueden derivar servicios de seguridad y protección, como auxilios funerarios, ayudas para enfermedad, entre otros	La búsqueda de protección de riesgos, aunque se iniciaron con auxilios funerarios se requiere que amplíen sus servicios de salud, auxilios de protección de riesgos, educación, deporte, recreación y ahorro y crédito entre los asociados, porque la ley no les permite hacer captaciones del público como sí lo pueden hacer las cooperativas En resumen, el objetivo básico de las mutuales es la previsión y la seguridad de sus asociados
<b>Económico</b>	Los aportes de los asociados se devuelven cuando éste se retira Según quienes sean	Operan con el sistema de cuotas de sostenimiento no devolutivas Las cuotas son la ayuda a quienes en el

<sup>26</sup> Cooperativas [On line]. Bogotá gerencie.com. [Consulta junio de 2014] Disponible en: <http://www.gerencie.com/cooperativas.html>

<sup>27</sup> Asociaciones mutuales [On line]. Bogotá gerencie.com. [Consulta junio de 2014] Disponible en: <http://www.gerencie.com/asociaciones-mutuales.html#5.%20DIFERENCIAS%20DE%20LAS%20MUTUALES%20CON%20LAS%20COOPERATIVAS>

	sus miembros, los beneficios perseguidos pueden ser muy distintos, dependiendo por ejemplo si son agricultores, consumidores, minoristas, productores, etc	presente tienen una necesidad y establecen el derecho para que en el futuro se nos ayude a nosotros
<b>Administrativo</b>	Deben considerar revalorización de aportes y retorno de excedentes	Las mutuales no reparten entre los asociados nada de sus excedentes

Enfocados en la economía solidaria y social, se busca ahora un mercado que sostenga dichas empresas solidarias y sociales, que cuenten con un comercio justo; de allí salen los integrantes del mercado social:<sup>28</sup>

- Empresas sociales productoras de bienes intermedios o finales
- Empresas sociales distribuidoras (cooperativas de consumo, redes de intercambio, tiendas de comercio justo)
- Consumidores responsables, es decir, las personas que compran siguiendo criterios eco sociales
- Diversos mercados (de) soporte: Mercado financiero (MF) Cooperativas de servicios financieros, cooperativas de crédito, fondos de inversión de las secciones de crédito, bonos solidarios para cubrir las necesidades de financiación del MBS
- Servicios de soporte (SS)

¿Cómo funcionaría? El mercado social podría funcionar sobre la base de los principios siguientes: Cada componente (nodo) sea empresa social o consumidor individual, procura consumir al máximo bienes y servicios producidos por el resto de los componentes del mercado social

Los bienes y servicios que circulan en el mercado social cumplen tres criterios: ser socialmente útiles, ser ecológicamente sostenibles y haber sido producidos con equidad y democracia

Cada componente contribuye a crear nuevas empresas sociales vinculadas al mercado social, a fin de ir completando y cerrando ciclos productivos El mercado social, además de bienes y servicios, genera aprendizaje colectivo, innovación tecnológica, cultura, relaciones sociales, proyectos, valores, etc<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Portal de la Economía Solidaria [On line]. Bogotá, Mercado Social (2009). [Consulta junio de 2013] Disponible en: [http://www.economiasolidaria.org/mercado\\_social](http://www.economiasolidaria.org/mercado_social)

<sup>29</sup> Ibíd.

¿Cómo crear el mercado social? El mercado social no puede nacer espontáneamente. Ha de ser impulsado desde las organizaciones representativas de los sectores cooperativos, de la economía social y del consumo responsable. Existen diversas propuestas, entre las que se encuentran acercar a empresas sociales para que acaben haciendo negocios o proyectos juntos; organizar actos que promuevan la interoperación entre productores, establecer un comercio justo y entre productores y grupos de consumidores; la creación de unas páginas amarillas virtuales de la economía social, una Web que recoja quién hace qué, dónde, cómo y por cuánto en la economía social; un carnet cooperativo de consumidor; diseño y ensayo de instrumentos de garantía social dirigidos a los consumidores<sup>30</sup>

Así que es posible definir el comercio justo como una asociación de comercio, basada en el diálogo, la oportunidad y el respeto, que busca un mayor equilibrio en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional<sup>31</sup>

#### **1.4. COMPETITIVIDAD**

“La competitividad es la capacidad que tiene una empresa de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado”<sup>32</sup>

La competitividad en la calle Spratt Bigt de San Andrés se presenta en dos tipos de competencia: una por bienes y otra por servicios; en el comercio de bienes es necesario realizar una inversión inicial de la cual posteriormente se recibirán unas ganancias; caso contrario pasa con el comercio de servicios, el cual no necesita

---

<sup>30</sup> GARCIA, Jorge. [On line]. Objectiu: mercat social Gener de 2002 Revista NEXE , [consultado enero de 2015] Disponible en: [www.reasnet.com/asamblea2008/Que\\_es\\_el\\_Mercado\\_social.pdf](http://www.reasnet.com/asamblea2008/Que_es_el_Mercado_social.pdf)

<sup>31</sup> ASKUNZE ELIZAGA Carlos. Portal de la Economía Solidaria [On line]. Bogotá, Economía Solidaria p.6 [Consulta en junio de 2013] Disponible en: [http://www.economiasolidaria.org/files/ecosol\\_dic\\_ed.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/ecosol_dic_ed.pdf)

<sup>32</sup> Gómez Mena (2005) La competitividad después de la devaluación [On line]. Zona económica, [consultado junio de 2014] Disponible en: <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

de material para trabajar y solo depende de las capacidades y conocimientos de cada persona

La competitividad y productividad son dos términos que van estrechamente ligados. Actualmente, la competitividad de una empresa está estrechamente relacionada con su capacidad de producción principalmente industrial. En un mundo que cada vez requiere más automatización, la tecnología de punta es la clave para estar en la cumbre de la productividad y competitividad<sup>33</sup>

La competitividad de una empresa dependerá de la gestión propia y la administración de sus servicios al exterior. Aun así, en una empresa existen dos tipos de competitividad: la interna y externa. Internamente, los trabajadores deben estar cualificados y preparados para su posición a fin de hacer su trabajo lo mejor posible, pero también es importante la innovación destinada a una competitividad exterior, a un mercado saturado y que cada vez es más completo en su cualificación y también en su servicio<sup>34</sup>

Una empresa para ser competitiva siempre debe tener en mente la renovación, ajustarse a lo que el mercado necesita en ese momento y mantenerse informada de los cambios del mismo; estar dispuesta a ir más allá de lo que se esté demandando y en especial de lo que oferten los demás competidores, sin dejar atrás la calidad, fidelidad y cumplimiento de sus labores

Para analizar si una empresa es productiva y competitiva, se observan los bienes producidos, el nivel de empleo y las relaciones internacionales o de exportación

Se pueden distinguir cuatro tipos de competitividad en las empresas<sup>35</sup>:

- La incipiente, donde la competitividad es muy escasa y a menudo la empresa es forzada a seguir los patrones del mercado de valores
- La aceptable, ya no es tan fácilmente manipulable, reacciona mejor a las innovaciones
- La superior, en la que la empresa empieza a ser más relevante e innovadora en el sector
- La sobresaliente, última fase en la que la empresa pasa de adaptarse a los mercados a ser ella quien los establece

La competitividad también se puede analizar con las cinco fuerzas de Porter de la siguiente manera:<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Competitividad [On line], gerencie.com [consultado junio de 2014] Disponible en: <http://www.gerencie.com/competitividad.html>

<sup>34</sup> Ibíd.

<sup>35</sup> Ibíd.

- Rivalidad Entre Competidores, conformado por las empresas que compiten directamente en una misma industria ofreciendo los mismos productos; en este punto es donde puede llegar a existir la competencia desleal, también es un fuerte para determinar qué aspectos se deben mejorar o que ventajas se tienen frente la competencia
- Nuevos Competidores, conformado con las nuevas empresas que comercializan el mismo producto; una ventaja importante ante estas nuevas empresas es la lealtad de los clientes y experiencia en el mercado, pero aun así se debe mantener la calidad de los productos, o si las nuevas empresas son más competitivas hay que buscar los parámetros para lograr mejores posiciones
- Productos Sustitutos, conformado por empresas que traen productos alternativos; por lo general a los clientes les atraen las cosas nuevas, así que es un fuerte de la competencia traer productos novedosos, aun así se debe buscar la manera de estar al mismo nivel mejorando los productos iniciales o compitiendo también con algo novedoso
- Negociación de los Proveedores, es la capacidad de negociación entre los proveedores, este sería un fuerte de las empresas siempre y cuando se establezcan proveedores fijos, los cuales ofrezcan productos de calidad y brinden seguridad a los clientes; de esta manera se puede limitar la oferta de más proveedores
- Negociación de los consumidores, es la capacidad de negociación de los consumidores, en este aspecto entran en juego las características de los productos como son la cantidad, calidad, estado y demás; los proveedores deben buscar las alternativas para fidelizar a sus clientes ya sea con descuentos, bonos y demás

Por último, aparte de la destreza profesional, también es importante en la competitividad que los empleados cuenten con ciertas cualidades empáticas, especialmente en cargos con contacto directo con el público u otros trabajadores (Recursos Humanos, por ejemplo), recordando que la calidad del servicio brindada a los clientes es la que promueve que ellos regresen a comprar bienes o a adquirir servicios con dicha empresa

---

<sup>36</sup> Las cinco fuerzas de Porter. [On line], EmprendePymes [consultado agosto de 2014] Disponible en: <http://www.emprendepymes.es/las-cinco-fuerzas-competitivas-de-porter/>



## 2. MARCO CONTEXTUAL

La siguiente información es referente a San Andrés, toda su historia y geografía, lo cual será de ayuda para contextualizar al lector en el lugar donde se está realizando el conjunto de actividades económicas caracterizadas por el comercio informal y su atractivo turismo

### 2.1. HISTORIA SAN ANDRES

La siguiente información es extraída del texto ***San Andrés Isla, Memorias de la colombianización y Reparaciones*** escrito por Natalia Guevara, el cual se encuentra disponible en la biblioteca digital de la Universidad Nacional de Colombia.<sup>37</sup>

La isla de San Andrés fue poblada originalmente por los descendientes de colonos europeos y de esclavizados africanos, quienes a finales del siglo XVIII conformaron un asentamiento estable del cual descienden los raizales del archipiélago, quienes han mantenido constantes vínculos con otros pueblos del borde occidental del mar Caribe

A partir de 1629 se conformó en Providencia un asentamiento con colonos proveniente de las islas Bermudas; dos años después, el Seaflower, embarcación proveniente de Inglaterra, transportó a un grupo de puritanos que se establecieron en la isla con el fin de cultivar algodón y tabaco Sin embargo, algunos años bastaron para que los habitantes de la isla se percataran de que les resultaba mucho más rentable ganarse la vida ejerciendo la piratería

---

<sup>37</sup> GUEVARA Natalia. San Andrés Isla, Memorias de la colombianización y Reparaciones [On line] Bogota, [consulta junio de 2014] Disponible en : <http://www.bdigital.unal.edu.co/1237/10/09CAPI08.pdf>

Si bien los españoles no habían mostrado un interés real en el archipiélago, la amenaza de la piratería motivó diversas confrontaciones entre ingleses y españoles por el control de San Andrés y Providencia, las cuales fueron una constante en la historia colonial del archipiélago

Parsons (1985: 47) indica que a comienzos del siglo XVIII San Andrés fue poblado por colonos provenientes de Jamaica, quienes se encontraban más interesados en la agricultura que en la piratería

En 1786, mediante el tratado de Versalles, los españoles obtuvieron de los ingleses la promesa de evacuar sus asentamientos de la costa Miskita (Sandner 2003: 126-127) Si bien San Andrés y Providencia no se encontraban mencionados de manera explícita en el acuerdo, los españoles también esperaban desalojar a los isleños

A finales del siglo XVIII, el archipiélago de San Andrés y Providencia y las islas Mangles se encontraban sujetas a la Capitanía de Guatemala, pero fueron integrados al territorio de la Nueva Granada mediante una real cédula de 1803 (Eastman 1992: 6) En 1822, como ya se dijo, los isleños se anexaron voluntariamente a la Constitución de Cúcuta, con lo cual se convirtieron oficialmente en parte de la naciente república colombiana

Durante el siglo XIX, la relación entre el Estado colombiano y las islas fue distante El acercamiento se produjo bajo los preceptos de la Constitución de 1886, según la cual la nación colombiana debía consolidarse mediante la homogeneidad A partir de una identificación de lo colombiano con el catolicismo y la lengua española –concepto que no dejaba espacio para la diversidad, las políticas integracionistas empezaron a ejercerse en dos espacios fundamentales en la vida social de los sanandresanos: la escuela y la iglesia

## **2.2. GEOGRAFÍA**

### **2.2.1. Ubicación** San Andrés es una isla perteneciente a Colombia

“se encuentra localizado en el mar Caribe, unos 191 kilómetros al este de Nicaragua y al noreste de Costa Rica y 775 kilómetros al noroeste de la costa de Colombia Los 26 km<sup>2</sup> de superficie la convierten en la isla más

grande del archipiélago Providencia, la isla que le sigue en tamaño, se encuentra a 80 km al noreste”<sup>38</sup>

Algunos accidentes naturales de la isla son:<sup>39</sup>

- Bahías: San Andrés, Haynes, Sound, Spratt y Southwest Cove
- Puntas: North, South, Old y Evans
- Cayos: Santander (Cotton Cay), Rocoso (Rocky Cay), Acuario (Rose Cay),
- Córdoba (Haynes Cay) y Sucre (Johnny Cay)

**2.2.2. Clima** La temperatura de la isla oscila entre los 25° a 30° y se cataloga como un clima cálido y semihúmedo Los vientos ayudan un poco a aliviar el calor, soplando generalmente del este, y cuando se presentan tormentas en el Caribe los vientos soplan fuertemente del noreste En general durante el año las lluvias son definidas por una estación seca y otra lluviosa La primera tiene una duración variable que puede llegar a cinco meses consecutivos, mientras que los siguientes meses son lluviosos, con fuertes vientos hacia el final del año<sup>40</sup>

**2.2.3. Suelos** Se caracteriza por la diversidad en la forma de sus playas, acantilados producidos por los mares

“San Andrés esta cruzada de sur a norte por una pequeña serranía cuya máxima altura se encuentra en el cerro La Loma de unos 85 ms de alto Los suelos de San Andrés indican que su formación se debe a la erupción de algún volcán antiguo que arrojó rocas del fondo marino a la superficie, creando la mayoría de islas del archipiélago<sup>41</sup>

Así mismo la isla está rodeada en su parte noroeste por la tercera barrera de coral a nivel mundial y de varios cayos que son el hogar de variada fauna y flora marina, por lo que son visitados por multitud de turistas cada año”<sup>42</sup>

---

<sup>38</sup> VIAJEROS.COM [On line] Bogotá, historia de San Andres y Providencia (2009, 13 enero) [consulta agosto de 2013] Disponible en: <http://www.viajeros.com/diarios/isla-de-san-andres/historia-de-san-andres-y-providencia>

<sup>39</sup> VIAJANDOX [On line], Bogotá, Isla de San Andres. [consulta mayo de 2013] Disponible en: <http://www.viajandox.com/colombia/san-andres/isla-san-andres.htm>

<sup>40</sup> PRICETRAVEL [On line] bogota, el clima en San Andres, Colombia [Consulta junio de 2013] Disponible en: <http://www.pricetravel.com.mx/san-andres/clima>

<sup>41</sup> TOLITUR [On line] Bogotá, agencia de viajes en Ibagué [consulta junio de 2013] Disponible en: <http://tolitur.com/san-andres5.php>

<sup>42</sup> Ibíd.

#### **2.2.4. Poblaciones** Se destacan dos poblaciones:

North End (Ciudad de San Andres) es el principal núcleo urbano, donde se encuentra la administración departamental, el comercio, los bancos, varios hoteles y el aeropuerto En la aledaña bahía de San Andrés, funciona el puerto La Loma es otro núcleo urbano, habitado por la población raizal, se encuentra en el centro de la isla caracterizado por una cadena de colinas (Flowers, Orange, Shingle y Lion's Hill) Al oeste de la isla está San Luis, un poblado raizal, que ahora también incluye establecimientos turísticos<sup>43</sup>

#### **2.2.5. Economía** La economía del departamento se basa principalmente en el turismo y el comercio; y también se fomenta la pesca

...diariamente llegan a las islas varios aviones procedentes de diferentes ciudades colombianas y algunos del exterior con turistas en busca de esparcimiento y descanso; las anteriores actividades son complementadas por las propias de la agricultura y la pesca de subsistencia, que son insuficientes para abastecer las islas y ello hace que del interior del país se deban importar la mayor parte de los víveres de consumo cotidiano, tanto para los naturales como para los turistas Antiguamente se explotaban comercialmente diversos productos agrícolas, principalmente el coco, además de aguacate, caña de azúcar, mango, naranja, ñame, noni y yuca, producciones que fueron decayendo a través de los años por daños en el suelo y urbanización de muchas áreas<sup>44</sup>

Con la declaración del puerto libre y las migraciones posteriores tanto de la población del interior (Bolívar, Atlántico, Antioquia) como extranjeros (Medio Oriente) se impulsó la actividad turística y comercial, incentivada por los bajos costos que tenían las mercancías Con ello, aumentó el transporte aéreo y marítimo a la isla, que durante las temporadas altas es visitada por una gran cantidad de turistas<sup>45</sup>

Según el diario El Espectador, hubo investigaciones por parte de la Universidad Nacional, en la sede del Caribe que revelaron una fuerte disminución de la pesca artesanal en San Andrés; las especies más afectadas por la pesca han sido las langostas, caracoles, pargo, mero y atún entre 90 especies de pesca potenciales;

---

43 La isla mayor, San Andres islas [On line] bogota, poblaciones [Consulta junio de 2013] Disponible en: <http://sanandresislas.es.tl/San-Andres-.htm>

44 GOBERNACIÓN DEL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRES, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA [On line], Bogotá, La economía de las islas [consulta mayo de 2013] Disponible en: [http://www.sanandres.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=117&Itemid=139](http://www.sanandres.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=139)

45 Ibid.

se establece que el aumento de algas y deterioro de los arrecifes se debe a la falta de los herbívoros que controlaban estos fenómenos, todo a causa del aumento de pescadores, quienes antes se dedicaban al transporte de personas e insumos<sup>46</sup>

**2.2.6. Peatonal Spratt Bight** En la Avenida Colombia denominada Spratt Bight Pathway en el North End de la Isla de San Andrés es donde se centra el aprovechamiento económico del archipiélago; ofrece otra alternativa para aquellos que son amantes de largas caminatas a orillas del mar un camino peatonal de 1800 metros de longitud Allí se reúnen las isleñas para peinar con cangas (pequeñas trencitas) a los visitantes Tras ella se concentra la zona hotelera y comercial En este sector se aprecia la práctica con encanto y destreza de diferentes deportes náuticos En su frente se divisa el Parque Regional Johnny Cay y los arrecifes que custodian a San Andrés<sup>47</sup> (ver anexo A)

El gobierno nacional ha liderado la recuperación del espacio público del archipiélago, principalmente el Boulevard de Spratt Bight Esta calle es de uso compatible, relacionada fundamentalmente con eventos culturales, deportivos, recreacionales y de mercados temporales, que se clasifican en permanentes, semipermanentes y temporales<sup>48</sup>

- Permanentes: Las actividades de carácter permanentes estas prohibidas
- Semipermanentes: Actividades que se pueden desarrollar en un horario establecido durante el día
- Temporales: Actividades que se pueden desarrollar en un horario establecido por no más de 8 días consecutivos

Todos los eventos que se realicen en la calle Spratt Bight deben tener como fin principal que sean lucrativos Los eventos culturales son los que promueven expresiones artísticas; los eventos deportivos son los patrocinados por las unidades de deportes; los eventos recreacionales son los relacionados con bazares, festivales, fiestas peatonales ente otros; finalmente los eventos de mercados temporales son los que promueven la comercialización de bienes y servicios

---

46 EL ESPECTADOR [On line], Bogotá, se reduce la pesca en San Andrés 27 Nov 2014 [Consulta enero de 2015] Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/se-reduce-pesca-san-andres-articulo-530127>

47 COLOMBIA.TRAVEL [On line], Bogotá, Colombia guía turística [consulta noviembre de 2013] Disponible en:

[http://www.colombia.travel/es/descargas/guias\\_turisticas/Guia\\_san\\_andres\\_providencia-web.pdf](http://www.colombia.travel/es/descargas/guias_turisticas/Guia_san_andres_providencia-web.pdf)

48 CÁMARA DE COMERCIO DE SAN ANDRÉS [On line]. Bogotá, ordenanza no. 004 de 2006 [consulta octubre de 2013] Disponible en: <http://www.camarasai.org/web/index.php?pagina=san-andres-normatividad>

Enfocándonos en los eventos de mercados temporales, es donde encontramos los vendedores ambulantes los cuales podrán utilizar el espacio público en las modalidades de compatibles semipermanentes o temporales, siempre y cuando cumplan el Plan de Ordenamiento Territorial de esta zona contando con las mismas condiciones de las empresas ya constituidas por medio de un contrato con la administración de la zona

Todo elemento que utilicen para su labor debe ser movilizadado una vez terminada la jornada, es decir no podrán dejar sus puestos de trabajo instalados en el paso peatonal, como son las carpas, parasoles, mesas, entre otros

El cobro por la utilización del espacio público compatible de carácter semipermanente será el equivalente al 15% de un (1) salario mínimo mensual vigente por metro cuadrado ocupado, mensualmente Porcentaje que aumentará gradualmente cada seis (6) meses en un 05%, hasta llegar al máximo que es del 25% de un (1) salario mínimo mensual legal vigente, por metro cuadrado En temporadas altas estas tarifas aumentaran en un 20%<sup>49</sup>

El cobro por la utilización del espacio público compatible de carácter temporal tendrá una tarifa diaria la cual será el equivalente al 25% de un (1) salario mínimo mensual legal vigente por metro cuadrado de ocupación, porcentaje que aumentará gradualmente cada seis (6) meses en un 05%, hasta llegar al máximo que es de un 5% de un salario mínimo mensual legal vigente, por metro cuadrado En temporadas altas estas tarifas aumentaran en un 20%<sup>50</sup>

Se considera como ilegal cualquier vendedor ambulante que utilice el paso peatonal de la calle Spratt Bight, quienes no cumple con lo estipulado en el plan de ordenamiento territorial; es decir, las personas naturales que no cuentan con el contrato solicitado en modalidad compatible semipermanente o temporal solicitada por la administración, e igualmente quienes no cancelan las tarifas solicitadas, las cuales son para el mantenimiento de la zona

**2.2.7. Plan De Desarrollo De San Andrés** Según el plan de desarrollo del san Andres 2012-2015, en su denominación de Calidad De Vivencias En El Espacio Público, pretende adelantar procesos pedagógicos que permitan enseñar a las

---

<sup>49</sup> Ibíd.

<sup>50</sup> Ibíd.

personas cómo se deben mantener los espacios públicos en San Andres, puesto que no conocen las normas y lineamientos urbanos

Se observa, que en relación a los Vendedores Ambulantes y/o Estacionarios, una contradicción entre el uso del espacio público como valor colectivo y el uso para la producción, siendo el fenómeno de las ventas ambulantes una amenaza para la conservación del espacio público ocupándose áreas de retiros y andenes al igual que bienes de uso público como playas y cayos La falta de una política clara respecto a la recuperación del espacio público, ha permitido que a la fecha no se haya suprimido del Código Departamental de Policía la figura de los permisos de vendedores ambulantes y/o estacionarios, como tampoco se ha asumido de forma general la figura de la caducidad con aquellos vendedores que no renuevan sus permiso en los años subsiguientes a la expedición de su permiso inicial, lo que permite ilustrar porque varía el número de vendedores cada año <sup>51</sup>

La Secretaria del Interior es la encargada de expedir los permisos de vendedores ambulantes y/o estacionarios; uno de los lugares más importantes donde se otorgan estos permisos es el Paseo Peatonal de Spatt Bighth, igualmente estos permisos cuentan con requisitos que de no ser cumplidos ya se tomarían como comerciantes informales

Esto indica la necesidad de avanzar en el proceso de modificación al actual Código Departamental de Policía, llevándolo a la categoría de Manual de Convivencia, en el que no se permita la actividad informal de ventas ambulantes y/o estacionarias en el espacio público, implementando sanciones que permitan controlar tal situación<sup>52</sup>

Generalizando en el Plan de Desarrollo, se determina que el comercio en el Peatonal Spatt Bighth es legal mientras cuente con los permisos de la Secretaria del Interior, y es obligación del comerciante renovar sus permisos para continuar con su labor; es decir, que se pretende informar a los demás comerciantes sobre estos permisos, a fin de que todos cuenten con las mismas condiciones y no se les presenten inconvenientes futuros; estos aspectos facilitarían la comunicación entre los comerciantes y existiría más orden en el lugar, puesto que el Plan de Desarrollo de San Andrés buscará la manera de sancionar a los comerciantes informales

---

<sup>51</sup> AURY SOCORRO Guerrero Bowie. Plan de desarrollo departamental san Andres (2012-2015) p.186 [consulta enero 2014]

<sup>52</sup> Ibíd., p. 186

### 3. METODOLOGIA

Este proyecto, es de carácter descriptivo y de tipo cualitativo, ya que según una vivencia experiencial quiere dar a conocer la problemática del comercio informal, basados en una secuencia de pasos como fueron la recolección de información con entrevistas y observación, su análisis y la respectiva formulación de conclusiones, para generar algunas propuestas para el comercio informal

Se describe la realidad de la población en la Isla de San Andres, sus costumbres, culturas, forma de vida, lugares turísticos, economía, geografía; aspectos que caracterizan e influyen el comercio informal en la isla

En el tema cualitativo se narra la situación actual del comercio informal en la calle Spratt Bight en el Archipiélago de San Andres, tomando en cuenta los datos suministrados por los entrevistados, como las herramientas de investigación para la respectiva inspección del campo a tratar; también se expresan las condiciones en las que se encuentran estos comerciantes y las opciones que se podrían tomar para mejorar esta situación

#### 3.1. PASOS DEL PROYECTO

**3.1.1. Desarrollo marco teórico y contextual – preparación** Fue basado en los fundamentos teóricos adquiridos a lo largo del taller internacional, enfocando en el conocimiento, disciplina y atención Adicional a esto, fue necesario realizar investigaciones que permitieran enfatizar en temas concretos; también se contó con conferencias que brindaban temas y componentes de gran importancia para la solución de varias inquietudes y de esta manera poder enfocar el trabajo a un tema específico



Se realizó un marco teórico en el cual se adquirió más información y se logró enfatizar en cada punto del proyecto, llevando a cabo un cronograma para después generar estrategias y propuestas para el trabajo

El factor de mayor influencia se debe a la visita en San Andres, lugar en el que pude visualizar la forma de trabajo del peatonal Spratt Bight, y de esta manera tener imágenes claras de este comercio y tener más confianza al momento de crear el proyecto

**3.1.2. Desarrollo marco metodológico – Taller** Se realizó una división por fases basados en un cronograma, creando mesas de trabajo Además de esto se realizaron entrevistas, salidas y demás actividades por fuera de la Universidad que nos permiten tener un trato directo con las personas de la isla

#### **Fase I - Bogotá**

- Conferencias nacionales e internacionales, y material bibliográfico
- Conformación de las mesas (integradas por estudiantes participantes, egresados, docentes, nacionales e internacionales)
- Asignación de tareas (preparación, documentos, artículos, registros fotográficos, audiovisuales y otros)
- Definición de los objetivos de mesa
- Estructuración del documento (propuesta)
- Utilización de material bibliográfico

#### **Fase II - San Andres**

- Salidas de campo, recorridos, encuentros, y conferencias
- Según los documentos y talleres, realizar los conversatorios, propuestas y documentos
- Generar un análisis de lo vivido y experimentado en cada campo de trabajo

#### **Fase III Bogotá**

- Ajustes del propuesta por mesas, desarrollo de la presentación
- Presentación y sustentación del trabajo de mesa

Una vez captada toda esta información se procede a desarrollar el proyecto

**3.1.3. Categorización** Una vez terminado el marco teórico, se empieza a identificar el estado en el que se encuentra el comercio informal en la peatonal Spratt Bight de San Andrés, analizando factores (unidades de análisis) como la economía solidaria, el desarrollo humano sostenible, la competitividad y el capital social. En este caso se enfoca el análisis en los comerciantes y los clientes; y con el marco metodológico ya planteado es posible analizar los aspectos e información adquirida para el estudio del Comercio en Peatonal Spratt Bigh. Se define a continuación cada factor considerado en el análisis de este contexto social:

- Economía Solidaria, los comerciantes en el Peatonal buscan satisfacer las necesidades propias, no ayudan a los demás con el fin de que la competencia sea mínima, algunos comerciantes cuentan con los permisos para laborar y otros no, esto genera discordias entre los comerciantes
- Desarrollo Humano Sostenible, los comerciantes han encontrado estabilidad económica, han logrado sostener a sus familias pero también hay otros a los cuales les han decomisado sus mercancías por no contar con los permisos para laborar en el peatonal
- Competitividad, cada persona maneja sus productos, algunos son iguales entre ellos, como son las trenzas o conchas; un aspecto positivo es que cada uno respeta los espacios de trabajo de los otros, sus precios son equitativos y debido a esto se evita la competencia desleal
- Capital Social, los comerciantes del peatonal trabajan cada uno como independiente y se ven obligados a buscar su capital para trabajar, pero también se nota claramente que cuando se asocian entre ellos reciben más ingresos

**3.1.4. Diseño del documento final** Luego del estudio teórico y contextual, el viaje a San Andrés, las conferencias, talleres, entrevistas y demás, se procede a realizar el documento final, el cual en todo el transcurso de la elaboración cuenta con un docente guía; a medida que se redacta el documento, se van relacionando todos los datos suministrados a lo largo del proceso, obteniendo finalmente el trabajo a sustentar

## **3.2. HERRAMIENTAS**

**3.2.1. Observación** Se encuentra orientado a la búsqueda de soluciones a los problemas que incumben a los vendedores ambulantes y para tener una primera visión es necesario crear una experiencia como turistas. La observación es

entonces la técnica investigativa apropiada para esta primera instancia Es un procedimiento empírico mediante el cual se establece una relación firme e intensa entre el administrador que se encuentra investigando y los vendedores en su contexto De allí es posible obtener información en un diario de trabajo que luego será resumida y utilizada para el desarrollo completo de este ejercicio Esta parte se apoya también en videos y fotografías que como turistas es posible captar de manera natural

**3.2.2. Entrevistas** Son entrevistas semi-estructuradas (ver anexo B), para obtener información de quienes hacen parte de la situación La muestra fue definida a conveniencia y determinada por las salidas del taller; compuesta por algunos de los vendedores que laboran por la calle ya mencionada Es una entrevista fluida, tal y como una conversación normal entre dos partes, pero no una trivial conversación, de lo contrario, una con preguntas formuladas de manera tal que la información recolectada contribuya a la realización de un diagnóstico escolar que facilite la búsqueda de una solución particular en el ámbito ya relatado Por eso, es de suma importancia cuidar de los parámetros o criterios bajo los cuales se dé la entrevista logrando así mantener de inicio a fin la objetividad del trabajo

**323 Categorías de análisis** El estudio se desarrolló a partir de un problema al cual se le propuso un objetivo claro y real que fuera fácilmente desarrollable Al estar planteada la problemática, se desarrollaron una serie de pasos los cuales a medida que se fueron abarcando, se levantó información para ser analizada generando unos resultados en los cuales se establecieron factores o subcategorías de análisis en cada una de las categorías principales

- Se recurrió a referentes teóricos asociados a los ejes del proyecto que permitan la identificación de las categorías y una correcta contextualización de lo general a lo particular
- Realizado lo anterior, se procedió con el viaje a la isla para tomar los testimonios y las vivencias directamente de las personas que allí laboran
- Según la información obtenida, se filtró y clasificó de acuerdo con la pertinencia y factores claves que de allí salgan, para luego exponer las soluciones y concluir el proyecto

La finalidad de las siguientes tablas es ordenar la información de tal forma que sea fácil describir cada una de las categorías y su respectivo análisis en la peatonal, para que finalmente se establezcan las hipótesis en cada uno de sus términos y se obtengan las conclusiones finales

Las siguientes tablas fueron divididas por categorías para su facilitar la interpretación de cada variable a analizar:

- TABLA 2 - unidades de análisis desarrollo humano sostenible
- TABLA 3 - unidades de análisis capital social
- TABLA 4 - unidades de análisis economía solidaria
- TABLA 5 - unidades de análisis competitividad

<b>TABLA2 - UNIDADES DE ANALISIS DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE</b>				
<b>CATEGORIA</b>	<b>SUB CATEGORIA</b>	<b>DESCRIPTOR</b>	<b>FUENTE DE INFORMACION</b>	<b>PREGUNTA</b>
DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE	Desarrollo social	Basados en la cultura sanandresana de los residentes y en el impacto de los bellos paisajes captados por los turistas; qué tan benéfico es laborar en el peatonal para estas dos clases de personas	Estas categorías se basan en el análisis del sector, las políticas de comercio informal en la isla, y en cuanto a las preguntas realizadas a residentes y comerciantes	¿Por qué escogió el peatonal spart high para laborar como vendedor ambulante?
	Desarrollo económico	Determinar qué tan relacionada se encuentra la economía de los comerciantes informales con el medio ambiente, entre más relación exista entre estos dos factores, más eficiente será	Tomando el fundamento del desarrollo humano sostenible se analizaran todas las subcategorías según el beneficio	¿Qué avances ha tenido desde que empezó a laborar en el Peatonal?

	Protección del medio ambiente	El desarrollo humano sostenible se basa exclusivamente en cuestiones ambientales, en pro del bienestar de las futuras generaciones. Considerar que cuidados ambientales se manejan en la peatonal	ofrecido al medio ambiente, manutención y progreso del mismo	Que inconvenientes se les presenta por tener un comercio informal?
--	-------------------------------	---	--	--

Fuente: RODRIGUEZ BENDECK JUAN FELIPE MAYO 2014

TABLA 3 - UNIDADES DE ANALISIS CAPITAL SOCIAL				
CATEGORIA	SUB CATEGORIA	DESCRIPTOR	FUENTE DE INFORMACION	PREGUNTA
CAPITAL SOCIAL	integración social	Conocer a las personas que trabajan y que rodean el peatonal, determinando sus rendimientos colectivos e individuales	Estas categorías son analizadas por medio de la observación, destacando cada uno de los factores, y las reacciones tomadas por cada comerciante. El capital social busca establecer patrones de relación entre lo económico y la cooperación	¿Qué tan a menudo trabajan colectivamente?
	asociatividad	Es de saber que en cualquier actividad organizada debe haber una persona que coordine y lidere a los demás, estableciendo de esta manera equidad entre todos		¿Qué actividad comercial es la que lidera el peatonal?
	comunicación	El trato y respeto entre los socios, compañeros de trabajo, y hasta los clientes, afecta tanto las relaciones laborales como personales, para		¿Cómo es el trato entre los diferentes comerciantes?

		esto es necesario estar comunicados entre ellos	
	confianza	La confianza es un factor necesario en la asociatividad, estar de acuerdo con las opiniones, ideas y sugerencias de los demás, permiten a todos los integrantes tomar decisiones asertivas	¿Existen comerciantes que trabajen en sociedad?

Fuente: RODRIGUEZ BENDECK JUAN FELIPE MAYO 2014

TABLA 4 - UNIDADES DE ANALISIS ECONOMIA SOLIDARIA				
CATEGORIA	SUB CATEGORIA	DESCRIPTOR	FUENTE DE INFORMACION	PREGUNTA
ECONOMIA SOLIDARIA	Igualdad	Qué tipo de patrones pueden determinar que se genere una economía solidaria donde todos estén en igualdad, de entorno, ingresos, acceso y demás factores influyentes	Estas categorías son analizadas con base en las Entrevistas y Observación a los vendedores de la Peatonal Se establecerán patrones que determinen si es posible realizar una economía solidaria con todos los miembros del peatonal	¿Cree que todos los vendedores informales tienen las mismas condiciones laborales?
	Carácter lucrativo	el factor económico es el objetivo de cualquier trabajador, determinando si los que ganan más son capaces de ayudar a los que ganan menos por medio de una sociedad conjunta, así se establece el nivel		¿Por qué decide trabajar en la calle? ¿Cree que tiene mejores ingresos trabajando independiente que con una

		de cooperación para la economía solidaria		empresa?
	cooperación	Que capacidad tienen los comerciantes para trabajar en equipo, tomando en cuenta que si los planes salen mal se generarán pérdidas, pero que si salen bien se reinvertirá en propuestas mejores		¿Qué tan a menudo ayudan a otras personas a trabajar como independientes?

Fuente: RODRIGUEZ BENDECK JUAN FELIPE MAYO 2014

TABLA 5 - UNIDADES DE ANALISIS COMPETITIVIDAD				
CATEGORIA	SUB CATEGORIA	DESCRIPTOR	FUENTE DE INFORMACION	PREGUNTA
COMPETITIVIDAD	calidad	trabajar con productos de buena calidad, hace que los clientes se fidelicen con los comerciantes	Estas categorías son analizadas por medio de entrevistas realizadas a los comerciantes, pero también a los residentes y turistas, pues son ellos los que determinan a quien comprarle	¿Con que tipo de productos trabajan o que comercializan?
	precios	analizar la capacidad de negociación y de estrategias económicas que tienen los proveedores con los comerciantes, para así mismo fijar los precios de venta		¿Sus valores son equitativos al servicio o bien que se adquiere?

	preferencia	la preferencia en los productos o servicios, dependen de muchos factores, como los gustos, temporadas, descuentos, los cuales también influyen en la competitividad	¿Cuál es el bien o servicio que genera más ventas o ganancias?
	cinco fuerzas de Porter	1- Rivalidad Entre Competidores 2- Nuevos Competidores 3- Productos Sustitutos 4- Negociación De Los Proveedores, 5- Negociación de los consumidores	Estos factores son analizados desde el punto de vista como administrador, relacionando todas las categorías y los comportamientos de los comerciantes

Fuente: RODRIGUEZ BENDECK JUAN FELIPE MAYO 2014

#### 4. CATEGORIZACION Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION

Una vez organizada la información de encuestas, entrevistas, bitácoras, talleres, visita a San Andrés y demás factores que influyeron para la realización de este proyecto, se realiza la descripción de cada una de las subcategorías de las Unidades de Análisis anteriores, desde un punto de vista analítico, como turista, como consumidor, pero en especial como administrador

Buscando proteger la identidad de cada uno de los comerciantes o de las personas entrevistadas, se omitirán los nombres y se darán las respuestas a las preguntas realizadas de manera muy general basada en lo que comentó cada persona entrevistada (Ver anexo C)

##### 4.1. DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE

El objetivo principal al momento de crear un desarrollo humano sostenible es enfocarse en el beneficio del medio ambiente para garantizar una estabilidad a las futuras generaciones que se beneficiarán del mismo; con este se verán



beneficiados lo demás factores que en él influyan Tomando en cuenta la actualidad, cada persona lucha por salir adelante, conseguir un empleo y de esta manera sostener a su familia; este es uno de los pensamientos de algunos comerciantes del peatonal Spratt Bight, quienes buscan en este lugar una manera de salir adelante, emplearse y poder vivir dignamente

Lo que se pretende es que las entidades públicas o privadas, sean promotoras de las iniciativas de este desarrollo para que los comerciantes informales sean capaces de establecerse en un comercio formal, cumpliendo los lineamientos de la compañía padrina o encargada de ayudarlos a establecerse legalmente, cumpliendo con el cuidado del medio ambiente

**411 Desarrollo Social** Siendo el peatonal Spratt Bight el lugar autorizado para vender en San Andres, la mayoría de los comerciantes se ubican en este lugar; no quiere decir que todos cumplan con los permisos, pero allí se sienten más seguros

Según las entrevistas, ellos prefieren el peatonal por el tránsito continuo de turistas, sea o no temporada, como son fines de año y mitad de año; esta calle siempre cuenta con buen tránsito de personas; por otro lado, están los comerciantes que prefieren otros sectores de la Isla, pues siendo San Andrés un lugar tan turístico, el comercio se puede ubicar en cualquier lugar

Entre más comprometidos se encuentren los comerciantes con mantener las costumbres, culturas, o gustos de la isla, hará más agradable su producto o servicio al respectivo cliente; es decir mantener la calidad de los productos y que los haga diferentes de cualquier otro competidor, es lo que permitirá mantener un desarrollo social óptimo en la peatonal, y de esta manera establecer competitividad relevante a otro comerciante

**412 Desarrollo económico** Para empezar algún negocio, siempre se debe tener una inversión inicial, lo cual por lo general se basan en préstamos bancarios; una vez se tiene el capital necesario para empezar a laborar, en los primeros meses lo que se pretende es pagar esta inversión

En San Andrés, esto se presenta pero en muy pocas ocasiones, puesto que en lo general, lo que se hace es la prestación de servicios, como el tejido de trenzas o venta de mango, y en cuanto al comercio, se basa en collares realizados con conchas o piedras

Hablando con los comerciantes, ellos manifiestan que si han progresado en el tiempo que empezaron a trabajar en el peatonal, fundamentan que siendo independientes las cosas son mejores, que prestando un buen servicio su reconocimiento por los turistas aumenta; también le ha permitido a algunos comerciantes crear sus propios establecimientos legales, y a otros les han otorgado el permiso para trabajar en la calle

**413 Protección del Medio Ambiente** Trabajar en la calle presenta una serie de riesgos, uno de los más grandes es la inseguridad; con esto conviven diariamente los comerciantes informales en San Andrés Otra de las dificultades manifestadas en las entrevistas se basaban en el clima, porque cuando se presentan lluvias en la Isla se les dificulta trabajar, y prefieren no prestar sus servicios

Ante estos aspectos los comerciantes no comentan mucho, pues son cosas que no están bajo su control, pero algunos tratan de evitarlo, ya sea con cacetes, sombrillas y demás Cada uno de los comerciantes debe estar comprometido con el cuidado del medio ambiente; en el caso de los vendedores de mango o cebiche, deberán contar con un recipiente donde se puedan arrojar los desechos de los mismos productos, y para las personas de las trenzas o las conchas, tomar en cuenta que esto no genere impactos en la biodiversidad de la isla, o contaminación en los mares En la actualidad los comerciantes se hacen cargo de sus desechos, mas no de los que dejan sus clientes, se basan en que eso ya no es responsabilidad de ellos

Entre más comprometidos se encuentren los comerciantes informales en contribuir al medio ambiente, más respeto se les tendrá ante los turistas, residentes y el mismo gobierno; si estos comerciantes presentan un trabajo limpio, basado en la calidad, presentación y el propio servicio prestado, se creará más confianza en el vendedor, lo cual ayudará a tener una economía estable o con crecimientos a largo plazo

## **4.2. CAPITAL SOCIAL**

Para crecer como comerciante, no solo basta con la inversión capital monetaria, también es necesaria la calidad de las personas, la motivación de trabajo colectivo, las ganas de prestar un buen servicio y la motivación por crecer cada día más; es de saber que entre más personas se vean involucradas, mejores serán los resultados, pues se cuenta con varias opiniones para destacar la mejor opción

Según el análisis de las siguientes subcategorías se establece que en San Andrés existe un gran comercio en el cual al trabajar de forma ordenada y conjunta, los comerciantes informales podrían ser capaces de generar más ingresos y mejorar sus condiciones laborales, en la actualidad cada comerciante decide trabajar solo

**421 Integración Social** Al ser San Andrés un lugar turístico, Colombia es uno de los países quienes lo toman como destino para sus vacaciones, excursiones, asambleas y demás aspectos que implican el ingreso de varias personas a la isla

Tomando en cuenta esto, la Isla de San Andrés cuando recibe muchos turistas, son ocasiones en las cuales también se ven relacionados los comerciantes de la Peatonal; algunos toman la iniciativa de trabajar colectivamente, pues es allí donde todos obtendrían las mismas condiciones, y tendrían una manera más organizada de trabajar donde todos ganen; en cambio, cuando se trata de eventos pequeños, como son los fines de semana normales, les sale mejor trabajar de manera individual

**422 Asociatividad** Como ya se mencionó anteriormente, existe un fuerte comercio en el tema de las trenzas, pero esto no significa que sea el único ofertante en la isla, lo cual nos da a entender que no existe algún liderazgo en el Peatonal

Algunos piensan que si es necesario un líder; esto con el fin de establecer un orden y equidad en el sector, pero otros por el contrario prefieren mantenerse como están, que cada quien sea responsable de lo que realiza La terminología de líder, lo que busca es establecer un orden en la Peatonal, donde todos trabajaran para un fin común y no por independientes Para que esto funcione es necesario actuar con actividades ya programadas, pero con la autorización de todos los miembros

Se podrían establecer asociaciones con productos o servicios semejantes, como son el mango con el seviche o las trenzas con las conchas, buscando que un producto sea el propulsor o complemento del otro, determinando estrategias que sean atractivas al cliente por medio de la innovación

**423 Comunicación** Como en cualquier empleo, la comunicación es muy importante para crear un ambiente de trabajo estable, sin inconformidades

En el Peatonal, a pesar de que cada uno de los comerciantes realiza su respectiva labor, la cual puede ser igual o diferente entre ellos, el trato como personas o como sector es bueno, no presentan mal entendidos entre ellos; esto es gracias a que cada uno mantiene respeto ante la forma de trabajo de los demás, el espacio que ocupa y el tipo de servicio o bien que prestan

**424 Confianza** En cuanto al tema de la confianza, se enfatiza desde dos puntos de vista, los cuales son:

La relación comerciante – cliente, se fundamenta con la confianza en la calidad de los productos; como existen turistas que prefieren comprar en la calle, ya sea por presupuestos, gustos, o cultura, también existen otros que prefieren comprar en locales, almacenes, o establecimientos reconocidos, garantizando así la calidad de sus productos. La relación entre comerciante – comerciante, es tomada a nivel estratégica o de sociedad, la que permite a los comerciantes repartir sus ganancias, obtener más ventas o garantizar su permanencia en el Peatonal; cuando los ingresos sean repartidos por igual entre los comerciantes, ya se establecería la solidaridad entre ellos

Existen quienes forman sociedad con otros que realicen la misma actividad, pues así saben que están afianzando ese tipo de comercio, pero hay otros que prefieren aliarse con aquellos que presentan actividades diferentes, pues presentando variedad también se obtienen buenas ganancias

### **4.3. ECONOMÍA SOLIDARIA**

Crear una economía solidaria se basa principalmente en esta última palabra, Solidaridad; y es complicado de obtenerla en un lugar donde cada persona vela por sus propios intereses, donde cada quien busca un beneficio propio y no el colectivo, sin saber que esta es una de las mejores opciones para que su comercio sea más fuerte y de mejores beneficios a todos los comerciantes

Basados en el fin de la economía solidaria que es establecer igualdad entre todos sus miembros, se analiza la capacidad de cooperación entre cada uno y las ventajas o desventajas que puede traer una unión solidaria para cada uno de los miembros

En estas subcategorías se determina que establecer una economía solidaria entre todos los comerciantes, es una actividad poco viable debido a que cada persona

insiste en trabajar independiente; se considera más viable dividir la economía en dos tipos de comercio, el de bienes y el de servicios, de esta manera los comerciantes se sentirían en igualdad de condiciones

**431 Igualdad** Tomando en cuenta lo que se pudo observar en el peatonal, hay comerciantes que se encuentran mejor ubicados que otros, lo cual permite que lleguen más clientes; algunos presentan sus productos de una manera más agradable lo que llama más la atención a los turistas

Existe una diversidad en productos como el mango, cebiche, collares y pulseras; y servicios como las trenzas, masajes y demás; analizando desde este punto se diría que la competencia sería poca, pero hay que tomar en cuenta que existen muchos comerciantes que también se dedican a la misma actividad

Según lo anterior, se determina que no existe igualdad de condiciones, algunos por tener más experiencia quieren aprovecharse de los nuevos, otros se encuentran en lugares más visibles, y lo que más impacta son las grandes cadenas comerciales que rodean la isla

Si decidieran trabajar colectivamente, las condiciones de ubicación serían diferentes; es decir, distribuir el espacio donde sea más favorable según el bien o servicio a ofrecer, buscando una forma más llamativa al momento de acceder al servicio

**432 Carácter Lucrativo** Uno de los factores más influyentes en este país, ha sido el desempleo; esto también afecta a la Isla de San Andrés, razón por la que muchos comerciantes se dedican al comercio informal, en el cual los dineros obtenidos por sus actividades no tienen que ser repartidos, pues son solo para ellos

Según las entrevistas realizadas a este tipo de comerciantes, relatan que prefieren trabajar en la calle, porque son ellos quienes toman sus mismas normas de trabajo, no tienen jefes, todas las ganancias son para ellos, y presentan un contacto directo con todos los turistas

Se concluye que estos comerciantes prefieren seguir laborando en el peatonal como lo han hecho hasta ahora, pues creen que obtienen mejor estabilidad y ganancias lucrativas a las que obtendrían en una empresa

Si optaran por crear una empresa, se verían más beneficiados por que serían más fuertes, entre todos manejarían todo el comercio de la peatonal, sin repartir las ganancias si no reinvirtiéndolas en presentación de sus productos o en nuevos productos a ofrecer; esto también llamara la atención del gobierno quien les podrá dar un reconocimiento

**433 Cooperación** Es de saber que cualquier tipo de compañía, sea cual sea su objeto social, siempre tendrá competencia, y en esa competencia hay una rivalidad para obtener el mejor puesto o ser el favorito por los clientes en su categoría; en el comercio informal pasa lo mismo

Hay comerciantes que ya han creado fidelidad con sus clientes y cuando llega el turista siempre se dirige al mismo lugar, ya sea por su producto y/o servicio, por el trato o por el valor; estas son algunas de las razones que no permite que exista cooperación entre los comerciantes

Se piensa que al enseñarles a otros a trabajar en el peatonal, generan más competencia, y con la misma estrategia de mercado, lo que significaría que el comerciante perdiera poco a poco sus clientes; en la actualidad el peatonal cuenta con 7 vendedores de Mangos, 10 mujeres que realizan trenzas y 6 comerciantes de manillas aproximadamente

#### **4.4. COMPETITIVIDAD**

Mantenerse en un mercado depende de muchos factores, ya sea en precios, calidad, gustos, temporadas y demás; a esto se somete todo el mundo, todas las empresas, sea cual sea su objetivo; hay personas o empresas que realizan competencias leales, pero también son muy conocidas las formas de competencia desleal Se determinarán algunos de estos factores en los que se genera la competitividad

Entre mayor sea la competencia, menos posibilidades tendrá cada comerciante de crecer en su respectivo mercado; lo que se esperaría es crear una unión entre todos para que ellos se fortalezcan y a futuro generar un impacto en la isla para

que sean reconocidos como buenos comerciantes y así impedir de una manera limpia la posibilidad de que existan más comerciantes en la peatonal

**441 Calidad** Al pensar en San Andrés, lo primero que viene a la mente es la playa y el mar, y para ello hay que estar en el contexto de la Isla; es allí donde entran los comerciantes, quienes prestando sus servicios como el tejido de las trenzas, la venta de formal playeras y demás, hacen de este lugar un sitio agradable a los turistas

La calidad es una de las cosas que más le llama la atención a los turistas; al final son ellos que hacen a los comerciantes reconocidos, cada comerciante se dedica a dar lo mejor de sí, siendo leales a sus clientes como respetuosos con la competencia; es por esto que cada quien se hace responsable de la calidad de sus productos o servicios y del impacto que generen en cada cliente

**442 Precios** Tomando en cuenta que se habla de un comercio informal, es decir en la calle, los productos son adquiridos a precios más económicos que los que se ofrecen en los locales comerciales

Para este tipo de producto los precios se encuentran entre \$3000 para el mango, \$7000 a 10000 para el cebiche, los collares están entre \$2000 a 10000; los precios son equitativos tomando en cuenta el tipo de producto o servicio que ofrecen. Es por esto que la mayoría de los turistas piensan primero en el Peatonal al momento de realizar sus compras y como segunda opción tendrían los demás establecimientos, contando con que lo que compren puede generar más costo que en el peatonal

**443 Preferencia** Una de las actividades que más ingresos recauda son las trenzas y los collares, pues a los turistas les llama mucho la atención; es una manera de recordar la Isla, su cultura, gustos o costumbres

Por otro lado están los consumos normales, pero no menos importantes como el cebiche, el cual está en constante movimiento; pero no son los más impactantes cuando de recordar San Andrea se trata

Y por último están los menos importantes, o consumos comunes de los residentes, como son los mangos y los collares, cosas que no son tan influyentes para los residentes ya que hacen parte de su cotidianidad

#### **444 Las Cinco Fuerzas de Porter** A continuación se explican individuales:

**Rivalidad entre Competidores:** se encuentran los vendedores de mango y de las trenzas, los cuales son preferidos por los turistas o residentes dependiendo la calidad de sus productos; en el caso del mango por la preparación y presentación que tenga, y con las trenzas depende de la agilidad y variedad de figuras que ofrezcan

**Nuevos Competidores:** tomando en cuenta que solo es permitido el comercio en el Peatonal, la posibilidad de que existan nuevos competidores es mínima, pues los que se encuentran en dicho lugar, ya conocen el mercado y no están dispuestos a generar más competencia, una de las limitantes de los nuevos competidores es que no son reconocidos en el mercado, pero una de sus ventajas es que pueden llegar con productos innovadores agradables a los residentes o turistas

**Productos Sustitutos:** Siendo San Andrés una Isla, los productos sustitutos que sean traídos de otros lugares, no generarían tanto impacto, pues la intención del turista es llevar un recuerdo o disfrutar de cosas representativas de la isla; es decir que no necesitarían comprar algo traído del exterior, a menos de que sus precios sean buenos

**Negociación de los Proveedores:** Se determina que los comerciantes de la peatonal no tienen este inconveniente, pues la mayoría son prestadores de servicios; es decir, trabajan según sus conocimientos; para las señoras de las trenzas o de los masajes, ellas contarán con sus aceites o cauchos para peinar, pero el fuerte son sus manos; para las personas de los mangos, ellos cuentan con sus cosechas o ya tienen proveedores fijos

**Negociación de los consumidores:** Como ya se ha mencionado anteriormente, estos productos son prestados a residentes y en especial a turistas; se podría decir que con los residentes no se maneja negociaciones especiales tomando en cuenta que siempre consumen esos alimentos o servicios. Por el contrario, para los turistas se puede determinar que son cosas especiales, razón por la cual si se habla de grupos numerosos; los comerciantes pueden realizar negociaciones especiales en que las dos partes salgan beneficiadas



## **5. CONCLUSIONES**

- El archipiélago no tiene el control de los vendedores ambulantes y el uso del espacio público; lo anterior debido a la producción de desechos que afectan los lugares y deterioran el medio ambiente, ya que nadie se responsabiliza de la recogida de los mismos, esta es una debilidad para la isla ya que no los comerciantes ni las autoridades pertinentes se hacen responsables del orden en el peatonal en cuando al medio ambiente se refiere
- Entre los vendedores, no se muestra interés por trabajar en equipo, cada quien realiza su labor para beneficio propio, caso que dificulta nuestro objetivo de

establecer un tipo de sociedad en la que todos se vean igualmente beneficiados

- En común se tiene que, quieren respeto hacia su trabajo y que no se denomine “informal”, que por el contrario obtengan beneficios semejantes a los demás comerciantes
- No se presenta innovación para mejores propuestas en el mercado, cada quien se dedica a una sola función, lo que genera monotonía en la peatonal
- Se establece en común que la peatonal es el mejor lugar para el tipo de productos establecidos por los comerciantes informales, la mayor de sus dificultades es que no cuentan con un espacio óptimo para la venta de sus productos o prestación de sus servicios
- No se muestra interés de las autoridades ya sea para contribuir al mejoramiento de estos comerciantes ya sea instalando carpas para el mejor servicio, o por el contrario para terminar con el comercio en esta peatona, lo único de lo que son conscientes es de que las actividades allí realizadas no contribuyen al progreso de la isla en cuanto a economía se refiere

## **6. RECOMENDACIONES**

- Formación del recurso humano: Cultura ciudadana, educación ambiental al reforzar los valores de identidad y pertenencia territorial y la educación ambiental urbana se fomenta el espíritu de ciudadanía y convivencia, se promueve la solidaridad y la integración social y el uso adecuado de los recursos
- Trabajo en grupo: unión entre los trabajadores para un fin común, bienestar en el peatonal, compañerismo y compromiso entre los comerciantes cada quien

trabaja independiente, deberían trabajar en equipo y así fomentar un crecimiento comercial y se verían más beneficiados

- Concientizar a los comerciantes informales del peatonal Spart Bigh, que para lograr una equidad entre todos, deben trabajar en equipo, ayudándose los unos a los otros; igualmente fomentando seguridad en sus productos y acatando las normas de seguridad; de esta manera se puede generar orden y estabilidad en sus puesto de trabajo y demostrar al estado que pueden laborar acatando las normas y así se pueda establecer como legal su comercio; ya sea con ayuda del estado o con empresas privadas que estén interesadas en promover un proyecto con este tipo de comercio
- Buscar la manera en la que los productos ofrecidos en la isla de San Andrés sean diferentes a los que se puedan ofrecer en otras islas, destacando la flora y fauna única de este lugar, destacando sus paisajes, costumbres, y demás; que el trato de los comerciantes sea agradable a los turistas para que se fomente más el ingreso a la isla Con ayuda de entidades estatales se podría generar la protección de estos ambiente
- Establecer entre los comerciantes una cooperación entre los conocimientos o a nivel lucrativo para que se vean beneficiados entre ellos y se mantengan en el comercio
- Crear una sociedad entre todos los comerciantes, donde sin importar la actividad que se realice, los ingresos sean iguales entre ellos; de esta manera serán más fuertes para el Estado y se podrán determinar condiciones especiales para ellos, no necesariamente que sean comerciantes formales pero sí que tengan ventajas para trabajar en el peatonal Es de saber que cada actividad recibe ingresos diferentes dependiendo de su finalidad, pero si todos trabajan en equipo y se reparte in cantidades iguales tanto los ingresos como los gastos o costos, todos tendrían mejores condiciones
- Si se establecen como sociedad podrán generar una mejor competitividad puesto que ya son más grandes y prestan más servicios entre ellos, el comercio puede aumentar y de esta manera mejorar las condiciones ambientales y el establecimiento en que se labora

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Costanza, R Ecological Economics: The Science and management of sustainability Columbia University Press, New York, 1991a

- Costanza, R “Visions, values, valuation and the need for an ecological economics” BioScience 51 (2001)
- Costanza R The Ecological Economics of sustainability Investing in Natural Capital UNESCO, 1991b
- Carpintero, R Entre la economía y la Naturaleza Madrid: Los Libros de la Catarata, 1999
- Correa, F y Rendón, J “El desarrollo sostenible: una lectura desde la economía” Memorias del VI Encuentro nacional de decanos y directores de facultades y departamentos de economía, Santa Marta, 25 y 26 de octubre de 2001 Economía autónoma (2002)
- Escobar, A “Globalización, Desarrollo y Modernidad” Medellín: Corporación Región Planeación, Participación y Desarrollo (2002)
- MARTINEZ, J El desarrollo sostenible: diálogo de discursos Bogotá: Tercer Mundo (1994): 139-162

## **ANEXO A - PEATONAL SPRAT BIGH**

Imagen 1: la peatonal



Fuente: tomada por Juan Felipe Rodríguez en San Andrés

## **ANEXO B - ENTREVISTA**

### **ENTREVISTA COMERCIO INFORMAL EN EL PEATONAL SPART BIGH**

La siguiente entrevista es aplicada a los comerciantes informales del peatonal Spart Bigh de San Andrés

Buscando proteger la identidad de cada uno de los comerciantes o de las personas entrevistadas, se omitirán los nombres y se darán las respuestas a las preguntas realizadas de manera muy general basada en lo que comento cada encuestado

<b>VARIABLE DE ANALISIS</b>	<b>PREGUNTA</b>
DESARROLL O HUMANO SOSTENIBLE	¿Por qué escogió el peatonal spart bigh para laborar como vendedor ambulante?
	¿Qué avances ha tenido desde que empezó a laborar en el Peatonal?
	¿Qué inconvenientes se les presenta por tener un comercio informal?
CAPITAL SOCIAL	¿Qué tan a menudo trabajan colectivamente?
	¿Qué actividad comercial es la que lidera el peatonal?
	¿Cómo es el trato entre los diferentes comerciantes?
	¿Existen comerciantes que trabajen en sociedad?
ECONOMIA SOLIDARIA	¿Cree que todos los vendedores informales tienen las mismas condiciones laborales?
	¿Por qué decide trabajar en la calle?
	¿Cree que tiene mejores ingresos trabajando independiente que con una empresa?
	¿Qué tan a menudo ayudan a demás personas a trabajar como independientes?
COMPETITIVI DAD	¿Con que tipo de productos trabajan o que comercializan?
	¿Sus valores son equitativos al servicio o bien que se adquiere?
	¿Cuál es el bien o servicio que genera más ventas o ganancias?

**Entrevista elaborada por: Juan Felipe Rodríguez**  
**ANEXO C – FOTOGRAFIAS ENCUESTADOS**

Imagen 2: vendedor de mangos



Fuente: tomada por Juan Felipe Rodriguez en San Andres

Imagen 3: vendedor de collares



Fuente: tomada por Juan Felipe Rodriguez en San Andres

Imagen 4: señora de las trenzas





Fuente: tomada por Juan Felipe Rodriguez en San Andres